

ACTA SESIÓN EXTRAORDINARIA CSO N°026-2025 Acta número 026 de la sesión extraordinaria celebrada de forma virtual por el Consejo de Salud Ocupacional a las diecisiete horas y veintiún minutos del lunes 03 de noviembre del año dos mil veinticinco, presidida por el Sr. Alexander Astorga Monge, Viceministro Área Laboral, con la asistencia de los siguientes miembros: Sra. Laura Rivera Castrillo y el Sr. Olman Chinchilla Hernández representantes de los trabajadores, Sr. Walter Castro Mora y Sr. Sergio Alvarado Tobar, representantes del sector patronal, Sra. Tatiana Herrera Arroyo, del Ministerio de Salud, Sr. Sidney Viales Fallas, representante del Instituto Nacional de Seguros, Sra. Mariela Córdoba Gómez, representante de la Caja Costarricense del Seguro Social; y la Sra. Alejandra Chaves Fernández, Directora Ejecutiva y Secretaría Técnica del Consejo. -----

Ausencia justificada: -----

Participante(s) invitado(s): -----

CAPÍTULO I. Lectura y discusión del Orden del Día. -----

ARTÍCULO 1: Lectura y discusión del Orden del Día de la sesión extraordinaria N° 026-2025 correspondiente al lunes 03 de noviembre 2025. -----

ACUERDO N°001-2025: Se aprueba el Orden del Día de la sesión extraordinaria N° 026-2025 correspondiente al lunes 03 de noviembre 2025. 8 fotos a favor. Por unanimidad de los presentes queda aprobado. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Entonces al ser una audiencia lo que cabe es darle el acceso a la sesión al señor Giovannie Díaz quien es el jefe de prensa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social para que nos haga su presentación. -----

Sra. Alejandra Chaves Fernández: Ya le estoy ingresando don Alexander. Ya está. No lo escuchamos Don Alexander. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: No se me activa el micrófono. Listo ahora sí me escuchan. -----

Sra. Alejandra Chaves Fernández: Sí lo escuchamos. -----

Sr. Sergio Miguel Alvarado Tobar: Sí señor. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Perfecto. Ya tenemos a don Giovanni Díaz por acá, jefe de prensa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Buenas tardes, Giovannie. ¿Nos escucha? -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Hola, ¿qué tal? Muy buenas tardes. Muchísimas gracias por el espacio. Un gusto saludarlos y reencontrarme una vez más con algunos de los directores que ya nos hemos conocido a través de varios años y de varias campañas. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Bienvenido, Giovannie. Muchas gracias. Eh, perfecto. Bien, lo que tenemos es una audiencia respecto a dos campañas de comunicación. Entonces, te damos el pase para que puedas presentar. ¿Me puedes compartir la pantalla para que todos la veamos? -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Perfecto, muchas gracias. Voy a presentar entonces. Indican, por favor, cuando ya la estén viendo. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Sí, ya lo vemos. -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Bueno, como lo decía el señor viceministro, la idea es presentarles. Voy a salirme del modo de presentación porque, si no, no logro verlos y prefiero, sí poder estar viendo si alguien me pide la palabra. Creo que ahí la lectura se permite de buena manera. Como bien decía el señor viceministro, para este año queremos implementar no solamente la tradicional campaña de "Aguinaldo completo y a tiempo", sino que este año hemos hecho un análisis y hemos pensado en la posibilidad de realizar una pequeña campaña, iniciando ahora el 15 de noviembre, y que tiene que ver con los trabajos por temporada. Entonces, mi presentación va a ir sobre estas dos campañas, que finalmente sería casi como pensar en tres... en tres campañas, y porque la de trabajo por temporada tiene dos vías que ahorita vamos a ver. Los objetivos de estas campañas es informar a ciudadanía acerca de los derechos de las personas que trabajan en temporada navideña. Además, en el caso de aguinaldo, pues, garantizar el pago de este derecho mediante el lanzamiento de la campaña "Aguinaldo completo y a tiempo". La campaña de trabajo por temporada iniciaría el 15 de noviembre de este año. La campaña de aguinaldo iniciará el primero de diciembre o el 27 de noviembre, que es cuando tenemos planificado hacer la conferencia de prensa de lanzamiento, y terminarían ambas campañas en la primera semana de enero del año 2026. Esto porque tanto

la recepción de denuncias por no pago de aguinaldo se mantiene, así como algunas personas que son contratadas para trabajar únicamente el mes de diciembre de forma completa. Entonces, estas personas todavía podrían mantener algunos derechos, e incluso hay algunas personas que, con el auge este de también dar regalos para el Día de Reyes, que es el 6 de enero, pues hay gente que se mantiene trabajando durante esos días. Entonces, por eso es que la campaña terminaría la primera semana de enero del 2026. Como parte de las justificaciones, las personas trabajadoras tienen derecho a contar con el seguro de riesgos del trabajo. Esto lo hago específicamente así por ser este espacio, pero estamos hablando de todos los derechos laborales. Sin embargo, sí quiero hacer aquí el énfasis en el tema del seguro de riesgos del trabajo, porque es lo que compete al Consejo de Salud Ocupacional: el tema de la salud y la seguridad en el trabajo. Entonces, bueno, tienen derecho a contar las personas con el seguro de riesgos del trabajo desde el primer día, independientemente de si su contrato es por tiempo definido o tiempo indefinido. En el caso del aguinaldo, es un derecho de toda persona trabajadora, creado para hacer frente a los gastos que surgen en el cierre del año y como un aliciente para el trabajador por el esfuerzo realizado durante el año. El no pago del derecho de aguinaldo puede causar afectación en la motivación de las personas trabajadoras e impactar a nivel de salud mental en estas y en sus familias. Esto es simple recordatorio, lo hago todos los años, pero no está de más. El artículo 274 de creación del Consejo de Salud Ocupacional como órgano técnico adscrito al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, y entre sus funciones destaca en el inciso A: promover las mejores condiciones de salud ocupacional en todos los centros del país; y en el inciso H: llevar a cabo o coordinar campañas nacionales o locales de salud ocupacional por iniciativa propia o en colaboración con entidades públicas o privadas. Esta sería más o menos como la justificación legal del por qué estoy acá de nuevo solicitando su colaboración para hablar específicamente de la campaña de trabajo por temporada. Se realizará en dos vías. Como les dije inicialmente, hay un tema que compete a las personas menores de edad trabajadoras, porque estas, a partir de los 15 años, tienen derecho a trabajar, y se da el fenómeno de que muchas personas trabajadoras que salen a vacaciones del colegio y demás aprovechan esta temporada para tener algún ingreso. Entonces, pueden ingresar a los centros de trabajo. Entonces, la idea es también hacer

una campaña para ellos, recordándoles que tienen los mismos derechos del resto de las personas mayores de edad, pero con algunas condiciones especiales. En este caso, no sería una condición especial el derecho al seguro por riesgos del trabajo, sino que es un derecho como tal, un derecho para cualquier trabajador a partir del primer día. Y en la otra vía, es las personas trabajadoras en general, que sepan que tienen derecho a estar aseguradas por riesgos del trabajo, y no solamente el aseguramiento por la Caja, porque se sabe que hay muchos casos de empresas que, al ser un trabajo por apenas un mes o tres semanas o mes y medio, dependiendo de en qué momento son contratadas, pues dicen: "No, aquí yo no voy a pagar el seguro de riesgos del trabajo porque en un mes es difícil que haya un accidente o que me caiga el Ministerio de Trabajo, que me caiga el INS, que me caiga alguien". Entonces, es importante concientizar sobre la necesidad de que estas personas estén aseguradas, ya que un accidente laboral o una enfermedad a causa del trabajo puede pasar en cualquier momento. Entonces, es imprescindible que se cuente con la póliza de riesgos de trabajo para todas las personas trabajadoras. Es un derecho irrenunciable de toda persona trabajadora y una obligación patronal. Este y otros derechos de igual importancia, pero este en específico por el tema de la protección de la salud y la seguridad de las personas. En el caso del aguinaldo, los efectos en la salud mental de las personas trabajadoras por el no pago de aguinaldo pueden darse en cuanto a una afectación económica que cause el no pago del aguinaldo. Puede afectar negativamente la salud de las personas trabajadoras, puede afectar el clima laboral de las organizaciones, y sus consecuencias se pueden manifestar a nivel fisiológico, cognitivo, conductual, emocional y social. Los riesgos psicosociales relacionados con el trabajo inciden en el aumento de ausentismo, en rotación de personal y reducción de la productividad y el rendimiento. Esta es una afectación que la van a sentir o a notar más directamente las personas empleadoras, cuando vean que el tema de la producción, el tema de la motivación de su personal empieza a bajar, y esto tiene un impacto directo en los resultados de la empresa. El público meta para ambas campañas son las personas trabajadoras y empleadoras del sector privado, que es donde nosotros tenemos injerencia directa. Claramente, sabemos que el pago del aguinaldo en el sector público no necesariamente da problemas, y en el sector público no hay trabajo por temporada. Entonces, los públicos meta son

prácticamente todos del sector privado. ¿Qué requerimos? Y bueno, aquí no les puedo ver la cara, pero probablemente, si algunos se asustan por ver el monto, sí es importante explicarles varias cosas. Lo primero es que, desde que nosotros nos sentamos acá la primera vez a solicitar la colaboración y la participación del Consejo de Salud Ocupacional en la campaña de aguinaldo, nosotros teníamos una serie de materiales listos y solo requerimos en aquel momento de apoyo para pautar. En este caso, ya esos materiales, de alguna manera, han perdido vigencia y están un poquito, un poquito viejos, y ya se hace necesario hacer una actualización de materiales. Entonces, tendríamos que hacer producción de esos materiales, tanto para aguinaldo como para la campaña de trabajo por temporada. Estas producciones, cuando empiezan de cero, tienden a ser un poquito, un poquito costosas, y la idea es tener material que nos sirva no solamente para este año, sino que pueda tener un rendimiento de unos tres o cuatro años, y yo no tener que estar viniendo al consejo cada año a pedirles este monto tan alto, sino que sea un monto un poquito más bajo, como el año pasado, que fue solamente para pauta. Entonces, está el tema de la producción, está el tema de pauta en redes sociales, pauta radial y pauta electrónica o en sitios web. Con esos 25 millones, más un poquito de plata que tenemos por ahí de otros programas, nosotros podríamos salir adelante con todo lo que requerimos. Hacer un poquito ajustados, pero salimos, salimos adelante. Creemos que con eso nos la podríamos jugar, y básicamente es eso lo que yo quería presentarles. Por supuesto, quedo a su entera disposición para las dudas, las consultas que tengan acerca de la presentación y los datos que les acabo de dar. Nada más como un dato que estuve buscando ahora: busqué por el UCAE y por la Cámara de Comercio, no teníamos un dato así como muy exacto, pero hay estimaciones de que, para efectos de trabajo por temporada, el año pasado hubo alrededor de entre 11 000 y 15 000 personas que estuvieron trabajando únicamente la temporada navideña. Estamos hablando de 15 000 personas que no sabemos si esas personas estuvieron aseguradas contra el riesgo del trabajo. Son 15 000 potenciales personas que se pueden accidentar y que no tendrían atención del Instituto Nacional de Seguros, no tendrían el tema de una póliza que les cubra si tienen una lesión permanente. Entonces, de ahí la importancia de empezar a concientizar sobre este tema. El Ministerio de Trabajo se ha quedado como muy estacionado en el tema del aguinaldo, y este tema del trabajo

por temporada es muy importante. Incluso podríamos tener algunos materiales que, de repente, puedan servir para otro tipo de trabajos por temporada, como es el caso de los trabajos por estacionalidad en las cosechas. Entonces, eso también nos marca, digamos, un inicio de nosotros poder ir marcando la pauta en el sentido de que el Ministerio de Trabajo va a informar también acerca de este otro derecho laboral, que también, pues, no deja de ser tan importante como cualquier otro derecho laboral. Así es que quedo a su disposición. Muchísimas gracias por la atención y por el espacio. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Muchas gracias, Giovannie. Bien, abro el uso de la palabra por si tienen consultas u observaciones. -----

Sr. Olman Chinchilla Hernández : Sí, muchas gracias, Alexander. No, no, yo nada más, este... bueno, saludar a Giovannie. también, este... y yo nada más quería dos cositas. Este, primero, que me parece muy bien que en esta oportunidad se está incorporando el tema de los trabajadores por temporada. Me parece excelente esta nueva, nueva modalidad que se incluye dentro de la campaña, porque efectivamente, sí, esos trabajadores, este... son trabajadores que trabajan por dos, tres meses máximos. Este... entonces, me parece, me parece muy bien. El otro tema es preguntarle a Giovannie. Cuál fue el impacto de la campaña en el año anterior. Eso sería importante tenerlo porque, este... para ver si realmente el impacto de la campaña está dando resultados positivos o los resultados esperados por el Ministerio de Trabajo. Y nosotros, como ocupacional, creo que es importante tener tal vez ese dato general, no específico, tal vez general, si fuera posible. Pero sí, me... me parece muy bien. No está. -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: No sé si voy respondiendo de una vez conforme van preguntando, o espero al resto. Don Alexander, usted me dice. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Sí, usted puede responder de una vez. -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Sí, don Olman, el año pasado tuvimos una baja en la cantidad de denuncias, y eso es importante porque quiere decir que la campaña ha estado surtiendo efecto. Se ha tenido un total de denuncias, o se tuvo un total de denuncias el año pasado, de alrededor de 191 personas, que significaron alrededor de 72 patronos. De estos 72 patronos, 54 casos fueron prevenidos. Hubo muchísimos casos en los

que los patronos se pusieron a derecho con la sola visita de la Inspección de Trabajo, que eso habla de la importancia de la denuncia. Entonces, imagínense que, si hubo una baja en la cantidad de denuncias y, además, las denuncias, cuando fueron atendidas, inmediatamente fueron pagadas, quiere decir que el resultado es muy positivo. En el sentido de que, si bien el objetivo de la campaña es que haya la menor cantidad de denuncias posible —ojalá que no haya denuncias—, pues eso significaría que a todas las personas trabajadoras les están pagando el aguinaldo. Si hay denuncias y se atienden de una vez, y se hace el pago inmediatamente, estamos logrando finalmente el objetivo principal, que es que la gente tenga su aguinaldo en la bolsa o en sus cuentas bancarias. Entonces, sí hemos tenido un impacto positivo. En este momento, solicité los datos a la Inspección precisamente para listar toda la documentación de base de la campaña, y en la Inspección están haciendo las averiguaciones, porque ustedes entenderán que, una vez se constata que no hay un pago por parte del patrono, se eleva el caso a tribunales de trabajo, y ya eso es un tema que se sale o se escapa del Ministerio. Entonces, la Inspección lo que hace es consultar los casos que enviamos a tribunales de trabajo, que recuerdo, para enero o febrero, eran solamente tres, si la memoria no me falla. Hay que averiguar si ya esos tres tuvieron su juicio laboral, si en el juicio ya hubo una sentencia, o si está la fecha fijada de juicio, o si ni siquiera se ha fijado una fecha de juicio. Esa es la averiguación que está haciendo la Dirección de Inspección. Pero creo que, para responderle su pregunta, sí hemos tenido un resultado positivo, en el sentido de que las denuncias están bajando. Y eso no quiere decir que nosotros tenemos que dejar de hacer las cosas, sino más bien mantenernos en este recordatorio, porque significa eso, que tiene, pues, un impacto positivo, ya que las empresas, pues, no se juegan el chance, como decimos popularmente, y pagan el aguinaldo cuando corresponde.

Sr. Olman Chinchilla Hernández: Muchas gracias chaval.

Sr. Alexander Astorga Monge: Gracias Giovanni Sigue en lista don Walter.

Sr. Walter Antonio Castro Mora: Muchas gracias, señor viceministro. Un gusto de saludarlo, de saludarte, Giovannie, igual que otros años ahí. Giovanni, en relación ahí a lo que mencionaste y dijiste que nos íbamos a asustar un poquito con el monto, yo por lo menos sí, me... sí me llamó la atención el monto

elevado, lo veo. Pero una de las preguntas, Giovannie, es en relación al año pasado. Total, ¿cuánto dinero se te... se te... bueno, se le dio? Porque nosotros sí habíamos aprobado, pero todavía no estaba un monto fijo. Entonces, quería ver si, o Alejandra me ayudaba ahí, para ver cuánto al final se le dio. -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Sí, el año pasado, don Walter, un gusto, un gusto saludarlo también, y don Olman, también un gusto. Qué pena. Este... el año pasado lo que solicitamos fueron 6 millones de colones, pero estos 6 millones de colones era porque era una sola campaña y porque ya teníamos los materiales. Entonces, si nosotros nos vamos a sacar un... voy a utilizar una palabra técnica de algo que yo no manejo, pero digamos un **prateo** o una comparación, digamos, si una campaña nos cuesta 6 millones de colones solamente el colocar la pauta, si agregamos una campaña adicional son otros 6 millones de colones para que tenga más o menos el mismo peso. Ahí estaríamos hablando de 12 millones, pero además estamos hablando de producir nuevos materiales, porque ya los materiales que hemos utilizado ya están, pues, bastante, bastante viejos, y siempre es importante hacer una renovación para que las personas entiendan que estamos con algo nuevo. Además de innovar con una nueva temática, pues eso normalmente tiene un costo inicial que luego no se va a sentir tanto. Recuerdo que hubo un año que nos dieron alrededor de 12 millones o 15 millones, me parece que en tiempos en los que el director ejecutivo era don Hernán Solano. El año anterior al antepasado, me parece que fueron 10 millones, y el año pasado fueron 6 millones, de nuevo, porque era solamente pauta. En este caso, pues, la producción es un poquito costosa, y aun así, don Walter y compañeros y compañeras, sí es bajo el monto en comparación a lo que puede costar una campaña desde cero, en una campaña, pues, masiva. Aquí estamos haciendo fuerza con los poquitos recursos que tenemos, además de aprovechar que nosotros tenemos un muy buen impacto orgánico, que es aquello que no se paga. Pero sí es importante tener esa cantidad de dinero para poder sacar esos nuevos productos. Básicamente, por eso es el aumento, y yo le aseguro que el próximo año, si usted está aquí, si yo estoy aquí también, van a ver que la solicitud va a ser menor, porque ya no vamos a incluir los costos de producción. -----

Sr. Walter Antonio Castro Mora: Sí, Giovannie, ¿cómo podríamos hacer para evidenciar un poquito más esos costos de producción? Yo, en lo personal, estoy de acuerdo, y usted siempre me ha escuchado, pero en

este caso sí, me gustaría un poquito más de información ahí, de agregarle más a esa solicitud para un poco más de respaldo... otras palabras. -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Sí, claro. Yo esto se lo puedo pasar a Alejandra sin ningún problema, pero así como dicen, a mano alzada, le comento que son alrededor de... posteos, son alrededor de 15 posteos, que esas son gráficas que se posteán en Facebook, en Instagram y en Twitter, que son como imágenes puras. Esos son alrededor de 15 imágenes de esas. Se tienen que producir, además, alrededor de nueve videos tipo reel o tipo historia, que son esos videos que se ven de forma vertical y que utilizan algunas plataformas en específico como TikTok, como Instagram y demás. Y luego se tiene que hacer la producción de las cuñas radiales, que son dos cuñas radiales específicamente para estos efectos: una para aguinaldo y otra para trabajos por temporada. Y, además, la producción de videos para la pauta regular, que son los videos normales. Esos son los que tienen un costo un poquito más elevado porque son videos un poquito más producidos, ya no son videos animados, sino que son videos en tiempo real, en atención, por ejemplo, se van a grabar en localidades distintas, atención de toldos donde están las personas siendo atendidas, etcétera. Entonces, sí lleva un poquito más de producción. Básicamente, es eso todo lo que hay que producir, más lo que implica el costo de la agencia y demás. Por eso es que se suma más o menos esos 25 millones. Pero si ustedes lo necesitan por escrito, yo se lo puedo pasar a Alejandra. Pero así, a mano alzada, básicamente son esos los productos. Es una cantidad considerable de productos. Cuando era aguinaldo únicamente, eran solamente cuatro o cinco posteos, y eran dos o tres videos nada más, y una o dos cuñas radiales. Aquí estamos aumentando un poquito más el número. -----

Sr. Walter Antonio Castro Mora: Sí, fuera tan amable, yo le agradecería mucho. -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Claro con mucho gusto. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Gracias don Walter y Giovannie, Don Sydney. -----

Sr. Sidney Viales Fallas: Muy buenas tardes, don Giovannie. Bueno, de previo, yo siempre he estado muy de acuerdo con estas campañas. Ya don Olman hizo una de las preguntas que está relacionada respecto del impacto que se obtiene, esas ediciones que se puedan llevar a cabo después de haber realizado la campaña.

Lo otro, la otra pregunta, don Walter también se me adelantó, porque cuando yo veía en su presentación el tema de cuáles son los diferentes rubros en los que se va a utilizar el dinero, pues me hubiera gustado ver —y me queda claro que nos lo van a hacer llegar— cómo se distribuye. Entonces, eso, pues, en buena hora. Ahora, mis comentarios. El tema, o sea, haber incorporado la protección del seguro de riesgos de trabajo está genial, porque también se da con muchísima frecuencia que los patronos creen que una persona temporal no tiene que asegurarla. Entonces, en buena hora que se incluya esa consideración dentro de la campaña. Y, de nuevo, de acuerdo con la propuesta de la campaña de aguinaldos, porque creo que también, como bien se ha justificado no solamente hoy sino en ocasiones previas, eso le da estabilidad emocional a las personas trabajadoras al ver que van a recibir su aguinaldo. Y en buena hora que nosotros podamos colaborar con el Consejo, brindando apoyo económico a este tipo de iniciativas. -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Gracias, don Alexander. No sé si me permite, aquí acabo de encontrar el correo donde está, tal vez, un poco para que lo vean así de primera entrada. Acá está el correo donde se puede ver la estimación que ellos nos hicieron. Creo que me quedé corto en cuanto a algunos datos, pero voy a tratar de hacer esto un poquito más grande. Creo que ahí se puede ver. Vean que este es el costo total. Vean que es un poquito más: son 26 700 000 colones. Entonces, son nueve historias, que son esos videos de forma vertical. Son 16 gráficas para posteos y dos cuñas de radio de 30 segundos, la producción del spot y nueve videos para digital. Dentro de esos nueve videos están esos spots que yo les decía que tienen un poquito más de producción. Pero entonces, vean que, a final de cuentas, estamos hablando de 20, 22, 38 y 9... 47 productos, casi 50 productos distintos para publicar y postear. Y, como les digo, esto es para la producción de estos materiales, y ya después les vamos a meter un poquito de pauta. Pero vean que sí es una cantidad considerable de materiales, que todos estos materiales, como les he indicado, luego quedan a disposición para poderlos utilizar porque son atemporales. Ninguno de estos materiales va a decir “año 2025”, ni va a decir nada de administración ni nada de ese tipo de cosas, precisamente para que tengan ese grado de atemporalidad que nos permita utilizarlos muchos más años. Entonces, por ahí anda el tema. Esos eran... esa es la cantidad de productos que nos decían. Esta tabla yo se la voy a hacer llegar a Alejandra para

que ustedes tengan ahí la constancia de cuáles son esos productos para los que estamos pidiendo esos 25 millones de colones. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Gracias, Giovannie. ¿Alguna otra consulta u observación? Veo que no. De mi parte, sí quería indicar un par de cosas. La primera es que hay que recordar que el año anterior, inicialmente, la petición era que pudiéramos gestionar más recursos para poder apoyar la campaña de aguinaldo. Obstante, en virtud de que para el momento en que se hace la solicitud ya habíamos ejecutado gran parte del presupuesto y nos quedaba poco presupuesto disponible, no fue posible asignar más de lo que se asignó el año pasado, que fueron los 6 millones de colones. Entonces, eso es importante para tomar en cuenta, ya que mucho se ha hablado del monto, y si comparamos con el año anterior, estamos comparando un año donde sí tenemos un poco más de posibilidad de gestionar recursos versus un año donde lo que pudimos dar era ya lo que nos quedaba, pero que lo ideal era dar un poco más. Eso para hacer un recordatorio de cómo fue que se gestionó la solicitud del año pasado. De hecho, el año pasado se aprobaron esos 6 millones, y habíamos indicado en el acuerdo que, de ser posible, si quedaban remanentes de otras campañas o algo por el estilo, podríamos quizás adicionar un poco más, lo cual al final no se dio de esa manera. Es decir, únicamente dimos los seis porque quedamos muy cerrados con el presupuesto el año anterior. Entonces, eso para tomarlo en cuenta. Lo segundo es un punto que señala Giovannie. Digamos, si habláramos de un aproximado a nivel de montos, podríamos decir que 25 millones son 12 millones y medio para cada campaña, porque aquí estamos hablando de dos campañas, no solo de una. Tomando en cuenta que el año anterior, inicialmente, lo ideal hubiera sido un presupuesto mayor, de unos 8 o 10 millones realmente. La subida de monto no es tanta con relación a lo que idealmente se hubiera pretendido el año anterior, por el punto uno que les dije: que al final lo que dimos fue lo que se podía dar y no lo que se requería realmente. Entonces, esa subida presupuestaria, de alguna manera, es de unos 2 millones y medio con referencia a lo que normalmente se gasta en la campaña de aguinaldo en promedio. Y esos 2 millones y medio más bien se hacen un monto corto, pequeño, cuando tomamos en cuenta que, a diferencia de los años anteriores donde todo se ha gastado en pauta, en este año también vamos a estar pagando producción.

Entonces, realmente podríamos estar viendo que, en un elemento que tiene la Ley de Contratación Pública, que se llama “valor por dinero”, estamos recibiendo más valor por el dinero que estamos invirtiendo en esta ocasión, porque estamos teniendo como retorno de la inversión no solamente pauta, sino pauta más producción para cada campaña. Por eso es importante también ver la separación de las dos campañas. En ese sentido, si vemos 2 millones y medio de más para una campaña con producción, con mayores beneficios, realmente parece un monto bastante razonable. Y aquí estamos hablando de que son dos campañas, no solo una, porque estamos con aguinaldo y estamos también con el tema de aseguramiento en trabajo por temporada. Temporada que realmente no es solo la temporada navideña, sino que hay que recordar que la campaña navideña se fusiona con la campaña escolar. Muchas personas trabajadoras de temporada terminan viéndose contratadas desde el mes de noviembre. Diciembre se da una entrada más grande porque también hay gente que son estudiantes, y hasta los meses de enero y febrero inclusive se mantiene ese personal. Entonces, realmente es una campaña de más duración que la campaña de aguinaldo. Entonces, yo creo que realmente, cuando ya uno separa los montos en aproximados para una y otra campaña, y lo compara con lo que en promedio hemos gastado en campañas anteriores, se va a dar cuenta que realmente son montos bastante razonables, que no se disparan tanto. Estamos hablando que de 10 millones a 12 millones y medio es alrededor de un 25% lo que se está subiendo, tomando en cuenta que ahora estamos teniendo producción también. Entonces, creo yo que es una cifra que es manejable desde el punto de vista de lo que tradicionalmente hemos invertido. Y quizás, con esta intervención, se puede ir dimensionando un poco más sobre las preguntas que tanto don Walter como don Olman realizaron. Obviamente, ya don Giovannie nos presentó la tabla con una aproximación de por qué estos costos, y asimismo, como él indicó, se le va a hacer llegar la información. Pero si lo vemos con detenimiento, y haciendo esa separación de las dos campañas que estamos viendo acá, realmente vemos que el monto no es tan grande. Para darles un ejemplo ilustrativo: si hubiéramos traído las campañas por aparte, y venimos y votamos campaña de aguinaldo, y luego votamos la otra campaña, entonces ya el monto de cada campaña no se ve tan grande. Pero es que en este caso estamos sumando ambas, y obviamente el monto se ve un poquito más llamativo al inicio, lo cual considero

que es normal para este caso. Pero bueno, más allá de todo, sí considero que no son montos desproporcionados ni irracionales. Y hay una ventaja acá en el hecho de que contemos con producción, y es que vamos a tratar de que algunos de los productos y algunas de las cosas que nosotros vayamos a utilizar esta vez en las campañas sean productos que sean atemporales, es decir, que se puedan utilizar en otras ocasiones. No necesariamente todos los productos que se van a producir en esta campaña van a tener esa connotación, pero recordemos que lo que nosotros pagamos con pauta es también para reforzar productos que nosotros hacemos in-house, es decir, que se producen en el propio ministerio, y los hacemos en el propio ministerio. Y son productos también que los hacemos gracias a que se libera un poco el ancho de banda, y estos productos, algunos serán atemporales y los podremos reutilizar. Entonces, yo creo que eso también es una ventaja. Por ahí mi intervención. Más bien, no sé si Giovannie quiere indicar algo más, o si hay alguna pregunta final de alguien que en este ratito haya tenido la intención de hacer algún comentario. -----

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: No, de mi parte, agradecerles de nuevo el espacio y reiterar que la importancia de informar y concientizar sobre estos derechos, para el Ministerio de Trabajo, es muy significativa. El cierre del año es un momento sensible para las personas trabajadoras, y estas personas que salen de vacaciones y buscan un ingreso adicional a través del trabajo, lo más correcto y lo más justo para ellas es que sea un trabajo decente, con todos sus derechos laborales respetados. Dentro de ellos, por supuesto, está el derecho a tener una póliza de riesgos de trabajo. Entonces, reiterar esa importancia. Y como decía don Alexander, el tema de la atemporalidad de los productos nos va a permitir, en próximos años, no venir a solicitar un monto tan alto, porque vamos a poder utilizarlos durante por lo menos dos o tres temporadas más. Y eso sí les aseguro: si nos encontramos algún otro tema que pueda funcionar y en el que tenga algún interés el tema de la salud y la seguridad, pues obviamente les estaremos tocando las puertas. Porque sé que para ustedes es tan importante como para nosotros el tema de la información de calidad para las personas trabajadoras, y principalmente cuando se trata de sus derechos laborales. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Muchas gracias, Giovanni. Veo que no hay manos levantadas, entonces no queda más que agradecer por el tiempo, la presentación y las aclaraciones. Nosotros vamos a quedar aquí comentando y deliberando para ver si tomamos un acuerdo hoy. Y bueno, que pases una buena tarde.

Sr. Giovannie Díaz Jiménez: Listo Muchísimas gracias Buenas noches a todos y todas. -----

Sr. Walter Antonio Castro Mora: Gracias. -----

Sr. Geovanny Díaz Jiménez: Un gusto. -----

Sr. Sidney Viales Fallas: Muchísimas gracias. -----

Sr. Walter Antonio Castro Mora: Nos vemos. -----

Sr. Mariela Córdoba Gómez : Muy buenas noches. -----

Sr. Olman Chinchilla Hernández : Buenas noches Giovannie. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Bueno, listo. No sé si hay alguien que quiera hacer un comentario ya en esta parte. Doña Mariela. -----

Sr. Mariela Córdoba Gómez: Gracias. Solo una pregunta: ¿tenemos el presupuesto suficiente como para poder brindar lo que nos pide? -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Sí sí. -----

Sr. Mariela Córdoba Gómez: Eso solamente. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: De hecho, sí, estamos más bien... Es importante, ojalá, ejecutar esta campaña, así como otras que tenemos ahí en camino, como todo el tema de músculo esqueléticos y otras cosas, dado que más bien estamos en este momento socados en una carrera contra el tiempo con la ejecución. Y no por una cuestión nuestra, del Consejo o del equipo de la Dirección Ejecutiva, sino porque se retrasó bastante la contratación de la agencia. Esto en virtud de que, primeramente, hemos estado teniendo problemas con el Departamento de Proveeduría del Ministerio. Y, además de eso, el proceso de contratación duró más por un tema de un recurso que le pusieron a la adjudicación, que duró bastante resolviéndose. Entonces, eso nos dejó poco tiempo para ejecutar. Entonces sí, sí estamos bien de presupuesto, y esperamos, ojalá, al final lograr ejecutar de una manera eficiente, como lo hemos hecho en los últimos años, o al menos

en los últimos dos años, que ha mejorado bastante la ejecución. Pero sí tuvimos esa situación que nos puso a correr, pese a que todo el equipo del Consejo de Salud Ocupacional hizo la tarea a tiempo, presentó los documentos a tiempo, como tiene que ser, y se hizo el procedimiento. Pero bueno, hay ciertas cosas que son un poco ajenas al control del equipo del Consejo, y por esa razón es que no se ha ejecutado más. Pero, para resumir la respuesta a la pregunta, Mariela: sí, sí tenemos el presupuesto. -----

Sr. Mariela Córdoba Gómez: Muchas gracias. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Con gusto. ¿Una pregunta adicional? Veo que no. Yo sí quería resaltar lo que comenté anteriormente: hacer la inversión, verlo como una inversión, es algo que puede tener un retorno importante. Obviamente, en las personas que pueden tener acceso a la información que vamos a emitir con las campañas, y adicionalmente a eso, con ciertos productos que vamos a poder reutilizar a lo largo de otras campañas, donde podamos reiterar los mensajes por lo que mencionamos de la atemporalidad. Porque eso es importante: que esos productos nos queden como Consejo. Y lo otro que es importante es que, si bien es cierto, siempre hacemos una campaña para el tema de trabajo por temporada, la hacemos más a nivel de prensa nada más. Y digamos, de estar emitiendo información en redes sociales, hemos sacado videos y cosas por el estilo, pero creo yo que es un tema importantísimo para que cuente con el apoyo del Consejo de Salud Ocupacional, por el tema de la póliza de riesgos del trabajo, que es vital. Y más bien, que este año sí va a ser el primero que realmente lo siga haciendo, es decir, que tengamos más años donde se apoye el tema de la campaña de trabajo por temporada. Ya que hay mucha gente que entra a trabajar en esta época del año y queda en indefensión con el tema de sus derechos laborales. Y justamente, uno de los temas donde muchas veces, por rapidez y demás, quedan desprotegidos es con la póliza de riesgos del trabajo. Tenemos propuesta de acuerdo Alejandra. -----

Sra. Alejandra Chaves Fernández: No Alexander. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: No, pero bueno... Don Walter, ¿usted estaría de acuerdo, ya que hay alguna información que por ahí Joan mostró pero que quedó en enviar, en que podamos avanzar con la

campaña, teniendo en cuenta que usted pudo ver esa información y que se le va a remitir a través de Alejandra? -----

Sr. Walter Antonio Castro Mora: Sí, señor. No, bueno, ya la vi y eso me satisface. Gracias. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Perfecto. Excelente. Entonces, bueno, la propuesta sería aprobar el apoyo del Consejo de Salud Ocupacional para las campañas de aguinaldo y trabajo por temporada, en los términos presentados por el jefe de la Unidad de Prensa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Esa sería la propuesta de acuerdo, la cual someto a votación en este momento. Perfecto. Por unanimidad, queda aprobado y en firme el acuerdo, y les agradezco mucho. -----

ACUERDO N°002-2025: Artículo 1. Se aprueba el apoyo del Consejo de Salud Ocupacional para las campañas de aguinaldo y trabajo por temporada, en los términos presentados por el jefe de la Unidad de Prensa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. 8 votos a favor. Por unanimidad de los presentes queda aprobado y en firme. -----

Sr. Alexander Astorga Monge: Yo creo que van a ser dos muy buenas campañas en las que vamos a participar este año, y ojalá que sean un éxito que se refleje en la accidentabilidad, en que las personas estén realmente cubiertas, y en los derechos de las personas. Muchísimas gracias. No sé si alguien tiene algún comentario adicional para este punto. Veo que no. En ese caso, ya queda suficientemente discutido este punto, y con ello agotamos el orden del día, ya que hoy era una sesión extraordinaria. Les agradezco muchísimo por su tiempo, y que pasen una excelente tarde y noche. -----

Al ser las dieciocho horas con ocho minutos y cuarenta y tres minutos sin más asuntos por conocer se levanta la sesión.

X

Alexander Astorga Monge
Presidente

X

Alejandra Chaves Fernández
Secretaria