



INFORME DE AUDITORÍA INTERNA AI JPS 07-2015



JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS
ÁREA FINANCIERA CONTABLE

11 AGO 2015



JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL
GERENCIA PRODUCCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN

11 AGO 2015

RECIBIDO

Recibe: *[Signature]*

TEMA:

**ESTUDIO SOBRE LA SUBPARTIDA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA PARA
LOS PERÍODOS 2011, 2012 Y 2013.**

PREPARADO POR:

LICDA. MARIELA SEDÓ FLORES
PROFESIONAL II



JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL
UNIDAD ADMINISTRATIVA DE
COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

11 AGO 2015

10:00a

Recibe: *[Signature]*

MBA. JUAN LUIS AVENDAÑO ALVARADO
PROFESIONAL II

31 DE JULIO DE 2015

DIRIGIDO A:

[Signature]

11-8-15

10:00a

PRESIDENCIA DE JUNTA DIRECTIVA
GERENCIA GENERAL
GERENCIA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DEPARTAMENTO DE MERCADEO

[Signature] 11 agosto 2015

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	i
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes del Estudio.....	1
1.2 Objetivo general del estudio	1
1.3 Objetivos específicos	1
1.4 Alcance del estudio	2
1.5. Período Revisado	2
1.6. Metodología.....	2
1.6.1. Afectaciones realizadas en la Cuenta Contable y en la Subpartida Presupuestaria Publicidad y Propaganda.	2
1.6.2 Criterios empleados para la asignación de recursos a la Subpartida Publicidad y Propaganda.	3
1.6.3 Legalidad y razonabilidad de los procesos de contratación.	3
1.6.4 Verificación del cumplimiento por parte de los proveedores de los servicios contratados.	3
1.6.5 Medición de la razonabilidad y oportunidad de la información emitida por las unidades responsables respecto a los gastos ejecutados en Publicidad y Propaganda.	3
1.6.6 Gastos de Publicidad asumidos por los billetes destruidos.....	4
1.6.7 Relación entre la cantidad de lotería vendida y el gasto ejecutado en Publicidad y Propaganda.	4
1.6.8 Se consultó en el Clasificador por Objeto del Gasto del Sector Público emitido por el Ministerio de Hacienda y vigente a la fecha del estudio, aspectos relacionados con:.....	4
1.6.9 Se tomaron en consideración los siguientes oficios:.....	5
1.6.10 Se extrajo información de los Sistemas Informáticos.....	5
1.6.11 Las actividades fueron realizadas de acuerdo con la normativa aplicable al ejercicio de la Auditoría Interna.	5
1.7. Normativa consultada.....	5

1.7.1 Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) emitidas por la Contraloría General de la República, publicadas en La Gaceta N° 26 del 6 de febrero del 2009, respecto a:	6
1.8. Normativa sobre deberes en el trámite de informes	6
2 Resultados del Estudio	8
2.1. Comportamiento de las Ventas de las Loterías Impresas y el Gasto de Publicidad de productos ejecutado:	8
2.1.1. Relación billetes vendidos y gasto en publicidad realizado.	8
2.1.2. Distribución de recursos destinados a la Publicidad y Propaganda.	10
2.1.3 Gasto en Publicidad asumido por los billetes destruidos	12
2.1.4 Análisis del Procedimiento del Pago de Servicios relacionados con Publicidad por medio de la Caja Chica.	17
2.2. Contrataciones de Publicidad y Propaganda en diferentes medios de comunicación.	21
2.2.1. Valoración de los criterios de selección de la Publicidad y Propaganda contratada.	21
2.2.2. Análisis de la Publicidad y Propaganda contratada con la Televisora de Costa Rica Canal 7 y Repretel Canal 6.	22
2.2.3. Contrataciones de pautas publicitarias por orden de la Presidencia de Junta Directiva.	25
2.2.4. Controles Internos establecidos en el Departamento de Mercadeo sobre el Gasto en Publicidad y Propaganda.	27
3- CONCLUSIONES	28
4. RECOMENDACIONES	30
5. OBSERVACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN	32
CUADROS	34
GRÁFICOS	41
ANEXOS	52

RESUMEN EJECUTIVO

ESTUDIO SOBRE LAS PARTIDAS PUBLICIDAD Y PROPAGANDA PARA EL 2011, 2012 Y 2013

El estudio efectuado sobre la Subpartida N° 1.03.02 Publicidad y Propaganda de los períodos 2011, 2012 y 2013, forma parte de un proceso en el que la Auditoría Interna lleva a cabo una valoración para determinar los beneficios de la Publicidad y Propaganda sobre el volumen de ventas de los productos preimpresos que comercializa la Junta de Protección Social, analizando aspectos tales como la eficiencia en el uso de los recursos, la calidad de la información, los criterios empleados para la inversión en publicidad, las afectaciones contables para cada tipo de lotería según la Estructura de Gastos Presupuestaria y el Catálogo de Cuentas vigente. La Publicidad y Propaganda bajo análisis se refiere a la de los productos impresos, no considera la publicidad dirigida a la Información e Imagen Institucional.

De los resultados del presente trabajo se evidenciaron varios aspectos a considerar, entre ellos:

1- Comportamiento de las Ventas de las Loterías Impresas en relación con el Gasto en Publicidad y Propaganda de los productos comercializados.

Al comparar la relación existente entre la cantidad de lotería vendida y lotería destruida con respecto al gasto realizado en Publicidad y Propaganda, se observó que la estrategia publicitaria utilizada no dio como resultado un aumento en la cantidad de lotería efectivamente vendida, tal y como se concluye de los gráficos que se anexan al presente informe, donde se evidencia que el comportamiento de las ventas presenta una tendencia a la baja en la cantidad de billetes vendidos, a pesar del aumento en la cuantía de recursos que se invirtieron en publicidad.

Cabe destacar, que se utilizó como referencia la cantidad de billetes vendidos, por cuanto se observó un aumento en el ingreso en colones obtenido por la Institución de un período a otro, el cual es resultado de una variación en el precio de los productos que se comercializan y no así de la cantidad de billetes vendidos entre el público consumidor, a pesar del aumento experimentado en la población económicamente activa en los años (2011, 2012 y 2013) en estudio y la mejora en las condiciones económicas del país ¹.

¹ Con base en los resultados económicos que muestran el Banco Central de Costa Rica (BCCR), el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) en sus páginas WEB (<http://www.bccr.fi.cr>, <http://www.inec.go.cr> y <http://www.imf.org>).

2 Análisis del Procedimiento de Pago de Servicios relacionados con Publicidad por medio de la Caja Chica.

Se determinó que en los años 2011, 2012 y 2013; mediante el uso de recursos provenientes del fondo de la Caja Chica, el cual funciona en el Departamento de Tesorería, se realizaron pagos a proveedores por la cancelación de bienes y servicios relacionados con la Subpartida Publicidad y Propaganda, los cuales por los conceptos globales que se adquirieron, se pudo promover un procedimiento regular de Contratación Administrativa. Lo anterior, originó que otros proveedores no pudieran participar ofreciendo bienes o servicios similares en igualdad de condiciones.

Por lo anterior, al ser adquiridos de forma separada bienes y servicios que se utilizaron en un mismo evento, origina que se produzca un eventual fraccionamiento en oposición a lo establecido en el artículo N° 13 de la Ley de la Contratación Administrativa.

3- Contrataciones de Publicidad y Propaganda en diferentes medios de comunicación.

El Departamento de Mercadeo como práctica establecida contrató campañas publicitarias por montos elevados con los medios de comunicación que mostraron un mayor "ranking" ² o nivel de audiencia en el período en estudio (2011, 2012 y 2013). Cabe destacar, que se observó que dichos niveles de audiencia los obtuvo este departamento mediante el uso de varias herramientas de que dispone como el IBOPETIME; adicionalmente, el Departamento de Mercadeo señaló que utiliza las herramientas en cita con la finalidad de contar con los medios de mayor "ranking", de conformidad con el "target" ³ de cada producto.

Sobre lo mencionado, el estudio efectuado evidenció que dicha selección de medios de comunicación se lleva a cabo sin que la misma coincida con los resultados de las investigaciones que llevó a cabo esta misma dependencia como el CUAS (Estudio Consumo, Uso & Actitudes), donde se determinó el mercado meta (considerando el nivel de ingreso y la educación entre otros factores) para los productos impresos que se comercializan tanto en zonas urbanas como rurales.

² Lista en la cual los medios de comunicación por tipo (radio, televisión o escritos), reciben una calificación que los ubica en una posición (primera, segunda, etc.), de acuerdo con el nivel de audiencia con que cuentan. Lo anterior, de acuerdo con sondeos que llevan a cabo diferentes empresas entre el público que reside en ese país o región.

³ Segmento de mercado al que está dirigido el producto.

4- Controles Internos establecidos en el Departamento de Mercadeo sobre el Gasto en Publicidad y Propaganda.

El Departamento de Mercadeo mantiene un control en una hoja electrónica de Excel del gasto llevado a cabo en Publicidad y Propaganda de las campañas que se contratan, sin embargo, se corroboró que en el mencionado control el Departamento de Mercadeo no procede en todos los casos a reflejar los ajustes en cuanto a montos pagados de menos o de más en las columnas que corresponden.

Por lo anterior, en el presente estudio se emiten recomendaciones dirigidas a fortalecer los controles internos establecidos para contar con información oportuna y confiable para la toma de decisiones, así como la conveniencia de aplicar las recomendaciones emanadas por esta Autoría Interna de forma oportuna.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes del Estudio

En cumplimiento del Programa de Trabajo del Área Financiera Contable de la Auditoría Interna para el año 2015, se procedió a llevar a cabo un estudio sobre la Subpartida Publicidad y Propaganda para los períodos 2011, 2012 y 2013.

1.2 Objetivo general del estudio

Determinar los beneficios de la inversión realizada en la Subpartida N° 1.03.02 Publicidad y Propaganda en el volumen de las ventas de los productos preimpresos que comercializa la Institución, analizando aspectos tales como la adhesión a la normativa, calidad de la información, criterios empleados para la inversión y la eficiencia en el uso de los recursos.

1.3 Objetivos específicos

- 1- Verificar que los gastos incurridos en Publicidad y Propaganda son afectados en la Subpartida Presupuestaria y Cuenta Contable de gasto que corresponde para cada tipo de lotería, según la Estructura de Gastos Presupuestaria y el Catálogo de Cuentas Contables vigente.
- 2- Determinar cuáles han sido los controles establecidos por las unidades responsables, para comprobar:
 - a) El cumplimiento por parte del proveedor de los servicios contratados en Publicidad y Propaganda.
 - b) La razonabilidad y detalle de la información relacionada con la inversión en Publicidad y Propaganda, que se realiza para medir la oportunidad y valor de la misma en la toma de decisiones y el conocimiento en general sobre el gasto realizado en este rubro.
- 3- Comparar la relación existente entre la cantidad de lotería vendida y lotería destruida con respecto al gasto ejecutado en Publicidad y Propaganda, a efectos de medir el impacto de la inversión realizada, así como la eficiencia en el uso de los recursos publicitarios.

- 4- Obtener la segregación del Gasto en Publicidad y Propaganda por tipo de lotería y por medio publicitario contratado, con el propósito de establecer si se cuenta con criterios técnicos y objetivos en la escogencia de los medios de comunicación (radio, televisión, periódicos y revistas, entre otros) con los que se pactan los anuncios publicitarios.

1.4 Alcance del estudio

La intervención realizada por parte de esta Auditoría Interna abarcó el análisis de los volúmenes de venta, las erogaciones efectuadas en publicidad, los registros contables y presupuestarios, los criterios establecidos para la distribución del gasto publicitario en cuanto a montos y medios de comunicación contratados, así como los controles mantenidos por las unidades responsables para verificar el cumplimiento por parte de los proveedores de las contrataciones efectuadas.

1.5. Período Revisado

La labor efectuada abarcó el estudio del gasto destinado a Publicidad y Propaganda de los productos preimpresos que se comercializaron en los períodos 2011, 2012 y 2013, excluyendo los gastos por concepto de Imagen Institucional y los Patrocinios. Cabe destacar, que se realizó una ampliación del período mencionado cuando se consideró necesario.

1.6. Metodología

Para cada uno de los objetivos del presente estudio se consideraron los siguientes aspectos:

1.6.1. Afectaciones realizadas en la Cuenta Contable y en la Subpartida Presupuestaria Publicidad y Propaganda.

- a- Se obtuvo del Departamento Contable Presupuestario la Estructura de Gastos Presupuestaria y el Catálogo de Cuentas Contables de los períodos 2011, 2012 y 2013.
- b- Se solicitó el detalle de las afectaciones presupuestarias y el Libro Mayor Contable de los gastos incurridos en Publicidad y Propaganda para los períodos 2011, 2012 y 2013.
- c- Se analizó la totalidad de las afectaciones presupuestarias realizadas durante los períodos 2011, 2012 y 2013, verificándose su correspondencia con la estructura de gastos respectiva.



- d- Se seleccionó una muestra de los movimientos contables, para verificar si el registro se ajustaba a la respectiva cuenta contable.

1.6.2 Criterios empleados para la asignación de recursos a la Subpartida Publicidad y Propaganda.

- a- Se solicitaron a las unidades responsables los criterios establecidos para destinar el gasto en Publicidad y Propaganda por tipo de lotería y medio de comunicación.
- b- Se analizaron los criterios utilizados en la Institución para asignar el gasto en Publicidad y Propaganda, mediante el estudio de dichos criterios.

1.6.3 Legalidad y razonabilidad de los procesos de contratación.

- a- Se verificaron las contrataciones efectuadas por la Institución en Publicidad y Propaganda para el período en estudio.
- b- Se analizaron los criterios empleados por la Administración Activa en la selección de los proveedores que proporcionaron servicios en materia de Publicidad y Propaganda.
- c- Se observó el apego a la normativa vigente en los procesos de contratación de los servicios de Publicidad y Propaganda.

1.6.4 Verificación del cumplimiento por parte de los proveedores de los servicios contratados.

- a- Se comprobaron los controles establecidos por las unidades responsables para verificar el cumplimiento por parte de los proveedores de los servicios contratados en materia de Publicidad y Propaganda (radio, televisión, prensa, perifoneo y pantallas externas, entre otros).
- b- Se cotejaron las contrataciones realizadas en el período en estudio en materia de Publicidad y Propaganda, y se constató el procedimiento de contratación.

1.6.5 Medición de la razonabilidad y oportunidad de la información emitida por las unidades responsables respecto a los gastos ejecutados en Publicidad y Propaganda.

- a- Se solicitó a las unidades responsables de la Publicidad y Propaganda institucional la información disponible respecto a los gastos incurridos en esa materia.

- b- Se valoró si dicha información se remitía en forma oportuna por parte del Departamento de Mercadeo para que sirviera de soporte a la Junta Directiva Institucional para la toma de decisiones y el conocimiento de los usuarios de la misma.

1.6.6 Gastos de Publicidad asumidos por los billetes destruidos.

- a- Se estableció la porción del gasto realizado en Publicidad y Propaganda que no fue recuperado por medio de las ventas, en función de los billetes destruidos.
- b- Se procedió a crear categorías homogéneas de sorteos, considerando cuál era el tipo o clase de sorteo (ordinario o extraordinario), conforme a su precio, enfatizando el día de realización del mismo.
- c- Se asoció el gasto en Publicidad y Propaganda a cada sorteo en forma directa cuando el servicio contratado correspondía a un sorteo en particular, o bien mediante una asignación de la Publicidad y Propaganda entre los sorteos para los casos donde el servicio se contrató en un período específico.

1.6.7 Relación entre la cantidad de lotería vendida y el gasto ejecutado en Publicidad y Propaganda.

- a- Se cuantificaron los billetes de lotería emitida, vendida y destruida por sorteo de Lotería Nacional, Lotería Popular y Lotería Tiempos preimpresos para el período sujeto a estudio.
- b- Se estableció el gasto realizado en Publicidad y Propaganda para cada sorteo de Lotería Nacional, Lotería Popular y Lotería Tiempos preimpresos en el período bajo estudio. Cabe destacar, que dicha información se agrupó además por medio publicitario y por proveedor contratado.
- c- Se comparó el comportamiento de los billetes de lotería vendida y destruida respecto del gasto realizado en materia de Publicidad y Propaganda.

1.6.8 Se consultó en el Clasificador por Objeto del Gasto del Sector Público emitido por el Ministerio de Hacienda y vigente a la fecha del estudio, aspectos relacionados con:

- a- La Partida Servicios
- b- La Subpartida Publicidad y Propaganda

1.6.9 Se tomaron en consideración los siguientes oficios:

a- Asesoría Jurídica

- AJ-517 del 28 de mayo del 2014

b- Departamento de Mercadeo

- MER-PPP-124 del 06 de octubre de 2014.
- MER-PPP-162 del 24 de octubre de 2014.

c- Junta Directiva

- Acuerdo de Junta Directiva JD-305 correspondiente al artículo III, inciso 2) de la sesión N° 20-2013, celebrada el 11 de junio del 2013.

1.6.10 Se extrajo información de los Sistemas Informáticos.

- a- Sistema de Liquidaciones de Sorteos de la Administración de Loterías (Venta de productos preimpresos, loterías no vendidas, devolución, gastos administrativos y de operación, utilidad neta generada por cada sorteo).
- b- Sistema de Presupuesto (Presupuesto aprobado para la Subpartida N° 1.03.02 Publicidad y Propaganda para cada uno de los períodos en estudio, ejecución de la Subpartida Presupuestaria en mención, recursos destinados a la Publicidad y Propaganda de cada uno de los productos preimpresos, recursos Presupuestarios de la Subpartida en cita no ejecutados).
- c- Sistema de Contabilidad (Registro contable de las diferentes campañas publicitarias contratadas y medios de comunicación con los cuales se pactaron anuncios comerciales, entre otros).

1.6.11 Las actividades fueron realizadas de acuerdo con la normativa aplicable al ejercicio de la Auditoría Interna.

- a- Normas Generales de Auditoría para el Sector Público (NGASP), emitidas mediante Resolución del Despacho Contralor R-DC-064-2014; publicadas en el diario oficial La Gaceta N° 184 del 25 de setiembre de 2014. Vigentes a partir del 01 de enero de 2015.

1.7. Normativa consultada

Para el presente estudio se consideró la siguiente Normativa:

1.7.1 Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) emitidas por la Contraloría General de la República, publicadas en La Gaceta N° 26 del 6 de febrero del 2009, respecto a:

1.2 Objetivos del Sistema de Control Interno

4.1 Actividades de Control

4.4 Exigencia de confiabilidad y oportunidad de la información

4.4.5 Verificaciones y conciliaciones periódicas

5.6 Calidad de la Información

5.6.1 Confiabilidad

5.6.3 Utilidad

1.7.2 Ley de Contratación Administrativa N° 7494, publicada en El Alcance N° 20 del Diario Oficial La Gaceta N° 110 del 08 de junio de 1995; vigente desde 01 de mayo de 1996, artículos N° 13, N° 14, N° 15 y N° 20.

1.7.3 Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, Decreto Ejecutivo N° 33411-H, publicado en La Gaceta N° 210 del 2 de noviembre de 2006, artículos N° 2 y N° 13.

1.7.4 Reglamento General de Fondos de Caja Chica, Decreto Ejecutivo N° 32874-H, publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 22 del 31 de enero de 2006, artículos N° 2, N° 3, N° 4, N° 5 y N° 6.

1.8. Normativa sobre deberes en el trámite de informes

De conformidad con lo que establece la Contraloría General de la República, se transcriben los artículos N° 36, N° 37, N° 38 y N° 39 de la Ley General de Control Interno N° 8292, publicada en La Gaceta N° 169 de 4 de setiembre del 2002:

"Artículo 36°.-Informes dirigidos a los titulares subordinados. Cuando los informes de auditoría contengan recomendaciones dirigidas a los titulares subordinados, se procederá de la siguiente manera:

a) El titular subordinado, en un plazo improrrogable de diez días hábiles contados a partir de la fecha de recibido el informe, ordenará la implantación de las recomendaciones. Si discrepa de ellas, en el transcurso de dicho plazo elevará el informe de auditoría al jerarca, con copia a la auditoría interna, expondrá por escrito las razones por las cuales objeta las recomendaciones del informe y propondrá soluciones alternas para los hallazgos detectados.



b) Con vista en lo anterior, el jerarca deberá resolver, en el plazo de veinte días hábiles contados a partir de la fecha de recibo de la documentación remitida por el titular subordinado; además, deberá ordenar la implantación de recomendaciones de la auditoría interna, las soluciones alternas propuestas por el titular subordinado o las de su propia iniciativa, debidamente fundamentadas. Dentro de los primeros diez días de ese lapso, el auditor interno podrá apersonarse, de oficio, ante el jerarca, para pronunciarse sobre las objeciones o soluciones alternas propuestas. Las soluciones que el jerarca ordene implantar y que sean distintas de las propuestas por la auditoría interna, estarán sujetas, en lo conducente, a lo dispuesto en los artículos siguientes.

c) El acto en firme será dado a conocer a la auditoría interna y al titular subordinado correspondiente, para el trámite que proceda.

Artículo 37°.- Informes dirigidos al jerarca. Cuando el informe de auditoría esté dirigido al jerarca, este deberá ordenar al titular subordinado que corresponda, en un plazo improrrogable de treinta días hábiles contados a partir de la fecha de recibido el informe, la implantación de las recomendaciones. Si discrepa de tales recomendaciones, dentro del plazo indicado deberá ordenar las soluciones alternas que motivadamente disponga; todo ello tendrá que comunicarlo debidamente a la auditoría interna y al titular subordinado correspondiente.

Artículo 38°.- Planteamiento de conflictos ante la Contraloría General de la República. Firme la resolución del jerarca que ordene soluciones distintas de las recomendaciones por la auditoría interna, esta tendrá un plazo de quince días hábiles, contados a partir de su comunicación, para exponerle por escrito los motivos de su inconformidad con lo resuelto y para indicarle que el asunto en conflicto debe remitirse a la Contraloría General de la República, dentro de los ocho días hábiles siguientes, salvo que el jerarca se allane a las razones de inconformidad indicadas.

La Contraloría General de la República dirimirá el conflicto en última instancia, a solicitud del jerarca, de la auditoría interna o de ambos, en un plazo de treinta días hábiles, una vez completado el expediente que se formará al efecto. El hecho de no ejecutar injustificadamente lo resuelto en firme por el órgano contralor, dará lugar a la aplicación de las sanciones previstas en el capítulo V de la Ley Orgánica de la Contraloría General de la República, N° 7428, de 7 de setiembre de 1994.

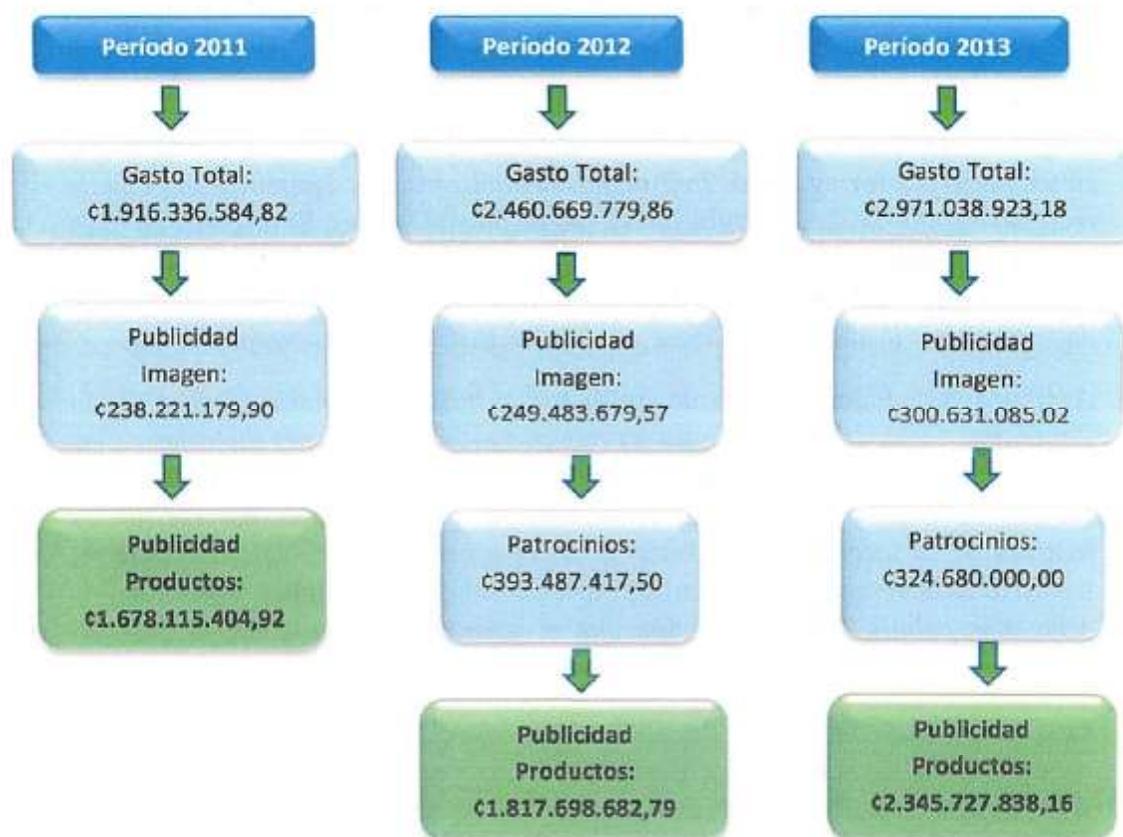
Artículo 39°.- Causales de responsabilidad administrativa. El jerarca y los titulares subordinados incurrirán en responsabilidad administrativa y civil, cuando corresponda, si incumplen injustificadamente los deberes asignados en esta Ley, sin perjuicio de otras causales previstas en el régimen aplicable a la respectiva relación de servicios".

2 Resultados del Estudio

2.1. Comportamiento de las Ventas de las Loterías Impresas y el Gasto de Publicidad de productos ejecutado:

2.1.1. Relación billetes vendidos y gasto en publicidad realizado.

La Ejecución Presupuestaria de la Subpartida N° 1.03.02 "Publicidad y Propaganda" en los periodos 2011, 2012 y 2013, incluye recursos para la publicidad de los diferentes productos, patrocinios, así como para resaltar la Imagen Institucional, según se detalla a continuación:



Fi: Liquidaciones Presupuestarias 2011, 2012 y 2013.

Para el presente estudio, el análisis del comportamiento de las ventas se realiza considerando solo el gasto que es orientado a la Publicidad y Propaganda de las loterías impresas que comercializa la Junta de Protección Social, con el fin de incentivar la adquisición de estas loterías por parte de los consumidores. No obstante, únicamente para mostrar la ejecución total de la Subpartida Publicidad y Propaganda para los periodos sujetos a análisis (2011, 2012 y 2013), se incorporan en el Cuadro N° 1 los productos electrónicos.

Se debe mencionar que tal como se muestra en el cuadro en cita, el presupuesto destinado a los productos impresos representa la cuantía más importante de los fondos totales destinados al gasto en Publicidad y Propaganda.

En virtud de que este estudio busca medir si la ejecución de la Subpartida Publicidad y Propaganda tuvo un impacto positivo en las ventas realizadas, el análisis que se lleva a cabo para efectos de comparación considera la cantidad de billetes de lotería y no los montos en colones, por cuanto se observó un aumento en el precio de los productos de un período a otro.

A continuación, se desglosa por tipo de lotería el gasto en Publicidad y Propaganda de los productos mostrados en el detalle anterior:

Cuadro N° 1
Publicidad por Tipo de Lotería
Período 2011-2013

Concepto	Año 2011	Año 2012	Año 2013
Monto Publicidad	¢1.678.115.404,92	¢1.817.698.682,79	¢2.345.727.838,16
Desglose por tipo lotería:			
<u>Impresas:</u>			
Nacional	¢893.939.695,77	¢965.146.704,25	¢1.343.237.338,66
Popular	¢333.229.965,61	¢328.108.613,64	¢633.342.582,71
Tiempos Impresos	¢37.870.129,12	¢109.625.444,90	¢82.280.338,99
Subtotal Impresas	¢1.265.039.790,50	¢1.402.880.762,79	¢2.058.860.260,36
Productos electrónicos	¢413.075.614,42	¢414.817.920,00	¢286.867.577,80
Total General	¢1.678.115.404,92	¢1.817.698.682,79	¢2.345.727.838,16

Fi: Liquidaciones Presupuestarias 2011, 2012 y 2013.

Nota: En la Lotería Nacional, para efectos del análisis se asignó en el período 2011 el gasto de la transmisión de los sorteos de diciembre por la suma de ¢6.736.900,00, cuya ejecución presupuestaria se refleja en el período 2012. En el caso de la Lotería Popular, se incluye en los gastos de publicidad del período 2011 la facturación de transmisión de sorteos del SINART por la suma de ¢305.697,00, incluido en la ejecución presupuestaria del período 2012. Por lo anterior, el gasto de publicidad asignado del período 2011 es de ¢1.272.082.387,50 (¢1.265.039.790,50+¢6.736.900,00+¢305.697,00) y del 2012 es ¢1.395.838.165,79 (¢1.402.880.762,79-¢6.736.900,00-¢305.697,00).

Respecto a lo mencionado, se llevó a cabo un análisis de la cantidad de billetes vendidos y el gasto en Publicidad y Propaganda de los productos que se comercializan en el período bajo estudio (2011-2013), cuyos resultados se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 2			
Comportamiento de los Billetes Vendidos y el Gasto en Publicidad de Productos Total			
Lotería Nacional, Popular y Tiempos Impresos			
Período 2011-2013			
	2011	2012	2013
Billetes Vendidos (cantidad)	27.934.210,48	26.428.849,68	22.926.331,98
% disminución sobre año anterior		-5,39%	-13,25%
% disminución sobre año base (2011)			-17,93%
Gasto Publicidad Total	¢1.272.082.387,50	¢1.395.838.165,79	¢2.058.860.260,26
% aumento sobre año anterior		9,73%	47,50%
% aumento sobre año base (2011)			61,85%

Fi: Sistema Liquidaciones y Sistema Presupuesto

Nota: Se utilizó como referencia la cantidad de billetes vendidos, por cuanto se observa un aumento en el ingreso en colones obtenido de un período a otro, el cual es resultado de una variación en el precio de los productos que se comercializan y no así de la cantidad de billetes vendidos entre el público consumidor, a pesar del aumento experimentado en la población económicamente activa en el período en estudio y la mejora en las condiciones económicas del país, ver Anexo N° 32.

Tal como puede observarse, el comportamiento de las ventas presenta una tendencia a la baja en la cantidad de billetes vendidos, independientemente si se realizan incrementos o variaciones en el gasto en Publicidad y Propaganda, ya que en términos totales, la cantidad de billetes vendidos en el 2013 respecto al 2011 (año base del estudio) decreció en un 17,93%, mientras que el gasto publicitario creció en un 61,85%.

Lo anterior demuestra que no hay relación directa de la Estrategia Publicitaria seguida por el Departamento de Mercadeo con las ventas alcanzadas en las diferentes loterías preimpresas. (Ver gráficas de N° 1 a N° 29).

2.1.2. Distribución de recursos destinados a la Publicidad y Propaganda.

Para determinar el criterio empleado por el Departamento de Mercadeo para establecer la cuantía de los recursos que se destinan para llevar a cabo la Publicidad y Propaganda Institucional, esta Auditoría Interna consultó al Departamento de Mercadeo al respecto mediante nota AI-603 del 22 de agosto del 2014, por lo que se

recibió el oficio MER-PPP-124 del 06 de octubre de 2014, donde dicha dependencia indicó que:

“El criterio utilizado para la cuantía de los recursos para la Publicidad y Promoción se utiliza de acuerdo con el incremento que realiza los medios de comunicación cada año en el mes de octubre.

...

En lo referente a la segregación para los diferentes tipos de lotería en cuanto a la Lotería Nacional, siempre se asigna un mayor presupuesto, el cual se encuentra alrededor el 54%, tomando en cuenta que es el producto que tiene más peso, además, de contar con diferentes sorteos como son: Ordinarios y Extraordinarios (Día del Amor y Amistad, Día de San José, Día del Trabajador, Día del Padre, Gordito de Medio Año, Día de la Madre, Día de la Independencia, Día de las Culturas, Día de la Discapacidad, Gordo Navideño, Consolación 1 y Consolación 2).

...

En cuanto a Lotería Popular, el presupuesto asignado es de 17%, del presupuesto total, en este caso se desarrollan campañas para los sorteos ordinarios y sorteos especiales como Mega Chances y Viernes Negro. Asimismo, se aclara que dentro de este presupuesto se encuentra las transmisiones de Canal 13 para dichos sorteos (Martes – Viernes).” (Sic) (El subrayado no es del original).

Sobre lo transcrito, se observa que el elemento principal que toma en cuenta el Departamento de Mercadeo para determinar el monto de la publicidad anual de los productos que se comercializan es el “peso” (mayor cantidad de sorteos de importancia cuantitativa); no obstante, de conformidad con los resultados expuestos en el presente estudio, este factor no ha generado resultados favorables, por cuanto la tendencia en la venta de billetes impresos ha sido a la baja, independientemente de las variaciones de aumento o disminución en el gasto publicitario destinado a los productos que se comercializan.

Además de lo anterior, la política de incremento en precio utilizada en el período del estudio, eventualmente ha repercutido en el interés de los clientes, considerando que la lotería no corresponde a un bien de primera necesidad.

Un factor importante dentro de la Estrategia Publicitaria, es lograr diferenciar los productos de la Junta de Protección Social de las loterías ilegales, ofreciendo planes de premios que satisfagan las aspiraciones de los consumidores; así como, incursionar en herramientas de información adicionales que faciliten la exposición de los productos que la Junta de Protección Social vaya a comercializar.

Respecto a lo señalado por el Departamento de Mercadeo, las Normas de Control Interno para el Sector Público en el artículo N° 4.1 y las Normas Técnicas sobre Presupuesto Público (N-1-2012-DC-DFOE) en el apartado 2.2.3, inciso b), en lo que interesa establecen:

“2.2.3 Principios presupuestarios.

b) Principio de vinculación del presupuesto con la planificación institucional. El presupuesto debe responder a la planificación institucional de corto plazo y ésta a su vez a la de mediano y largo plazo que se deriven de la estrategia institucional, teniendo al Plan Nacional de Desarrollo y otros planes como los sectoriales, regionales y municipales como marco orientador global, según el nivel de autonomía de la institución.

“Normas de Control Interno para el Sector Público

Actividades de control

El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben diseñar, adoptar, evaluar y perfeccionar, como parte del SCI, las actividades de control pertinentes, las que comprenden las políticas, los procedimientos y los mecanismos que contribuyen a asegurar razonablemente la operación y el fortalecimiento del SCI y el logro de los objetivos institucionales. Dichas actividades deben ser dinámicas, a fin de introducirles las mejoras que procedan en virtud de los requisitos que deben cumplir para garantizar razonablemente su efectividad...”

Debido a lo señalado el presupuesto anual que se define para la Subpartida Publicidad y Propaganda se establece considerando factores como el peso de cada una de las loterías y el aumento en el costo de los servicios reportados por los proveedores de dichos servicios, y no considerando la planificación institucional que se establece a corto, mediano y largo plazo, con la finalidad de optimizar el uso de los recursos que se asignan a esta Subpartida para el logro de los objetivos institucionales, y así mejorar la competitividad de los productos impresos frente a los clandestinos, mediante el uso de políticas de aumento de precios ajustadas a los resultados de los estudios de mercado.

2.1.3 Gasto en Publicidad asumido por los billetes destruidos⁴

Para llevar a cabo la venta de las loterías impresas la Institución debe incurrir en una serie de costos y gastos; por consiguiente, cuando no se materializa la venta total de los billetes producidos para un sorteo específico, se tiene un consumo de recursos que no generaron el ingreso esperado.

⁴ Se refiere a la lotería no despachada y la recibida por medio de la compra de excedentes.

Si los billetes no son vendidos, no puede considerarse que la única pérdida es el costo del papel y la tinta consumido en la producción, dado que además se tienen gastos entre los que a manera de referencia se pueden citar: los salarios, el consumo de servicios públicos, materiales como las planchas litográficas y la publicidad incurrida para promocionar su venta.

En el caso del gasto publicitario, el mismo está contenido en cada billete que se encuentra disponible para ser colocado y vendido en el mercado, considerándose por lo tanto, que el esfuerzo publicitario está dirigido a lograr que el mercado consuma la mayor cantidad posible de los billetes emitidos.

En referencia a lo indicado, en el siguiente cuadro se aprecia que los billetes destruidos para la Lotería Nacional, Popular y Tiempos Impresos en el período 2011-2013 asumieron un total de ₡1.043.836.161,43 (mil cuarenta y tres millones ochocientos treinta y seis mil ciento sesenta y uno con 43/100) del gasto de publicidad, creciendo un 166.32% en el año 2013, con respecto al período 2011, tal como se muestra a en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3

Gasto de Publicidad asumido por los Billetes Destruídos

Lotería Nacional, Popular y Tiempos Impresos

Período 2011-2013

	2011	2012	2013
Billetes Emitidos (cantidad)	34.319.200,00	33.191.200,00	32.630.400,00
Billetes Destruídos (cantidad)	6.384.989,52	6.762.350,32	9.704.068,02
Gasto Publicidad Total	₡1.272.082.387,50	₡1.395.838.164,94	₡2.058.860.260,26
Publicidad por Billete Emitido	₡37,07	₡42,05	₡63,10
Gasto Publicidad en billetes Destruídos	₡216.328.635,45	₡251.370.630,45	₡576.136.895,53
Sumatoria Gasto Publicitario billetes destruidos			₡1.043.836.161,43
% Crecimiento respecto año anterior		16,20%	129,20%
% Crecimiento respecto año base (2011)			*166,32%

Fñ: Sistema Liquidaciones y Sistema Presupuesto

* 166.32% = $\frac{₡576.136.895,53 - ₡216.328.635,45}{₡216.328.635,45} * 100$.

A continuación se muestra el gasto de publicidad asumido por los billetes destruidos por cada una de las loterías, del período 2011 al 2013:

Cuadro N° 4

Gasto de Publicidad asumido por los Billetes Destruídos

Lotería Nacional. Período 2011-2013

	2011	2012	2013
Billetes Emitidos (cantidad)	12.388.000,00	11.280.000,00	11.000.000,00
Billetes Destruídos (cantidad)	1.941.081,92	1.829.107,42	2.856.018,62
Gasto Publicidad Total	€900.676.595,67	€958.409.803,87	€1.343.237.338,55
Publicidad por Billeto Emitido	€72,71	€84,97	€122,11
Gasto Publicidad en billetes Destruídos	€141.127.466,57	€155.410.858,48	€348.755.531,82
Sumatoria Gasto Publicitario billetes destruidos			€645.293.856,86
% Crecimiento respecto año anterior		10,12%	124,41%
% Crecimiento respecto año base (2011)			*147,12%

Fi: Sistema Liquidaciones y Sistema Presupuesto

* 147.12% = €348.755.531,82 - €141.127.466,57 / €141.127.466,57 * 100.

Cuadro N° 5

Gasto de Publicidad asumido por los Billetes Destruídos

Lotería Popular

Período 2011-2013

	2011	2012	2013
Billetes Emitidos (cantidad)	19.000.000,00	18.980.000,00	18.800.000,00
Billetes Destruídos (cantidad)	3.837.749,80	4.398.782,70	6.129.438,00
Gasto Publicidad Total	€333.535.662,61	€327.802.916,17	€633.342.582,72
Publicidad por Billeto Emitido	€17,55	€17,27	€33,69
Gasto Publicidad en billetes Destruídos	€67.369.811,71	€75.971.222,16	€206.491.175,19
Sumatoria Gasto Publicitario billetes destruidos			€349.832.209,06
% Crecimiento respecto año anterior		12,77%	171,80%
% Crecimiento respecto año base (2011)			*206,50%

Fi: Sistema Liquidaciones y Sistema Presupuesto

* 206.50% = €206.491.175,19 - €67.369.811,71 / €67.369.811,71 * 100.



Cuadro N° 6

Gasto de Publicidad asumido por los Billetes Destruídos

Lotería Tiempos Impresos

Período 2011-2013

	2011	2012	2013
Billetes Emitidos (cantidad)	2.931.200,00	2.931.200,00	2.830.400,00
Billetes Destruídos (cantidad)	606.157,80	534.460,20	718.611,40
Gasto Publicidad Total	€37.870.129,12	€109.625.444,90	€82.280.338,99
Publicidad por Billeto Emitido	€12,92	€37,40	€29,07
Gasto Publicidad en billetes Destruídos	€7.831.357,18	€19.988.549,81	€20.890.188,52
Sumatoria Gasto Publicitario billetes destruidos			€48.710.095,51
% Crecimiento respecto año anterior		155,24%	4,51%
% Crecimiento respecto año base (2011)			*166,75%

Fi: Sistema Liquidaciones y Sistema Presupuesto

* 166,75% = €20.890.188,52 - €7.831.357,18 / €7.831.357,18 * 100.

El análisis por producto que se muestra en los cuadros N° 3, N° 4, N° 5 y N° 6 presentados anteriormente, evidencia que a pesar de que la Institución aumentó el gasto destinado a Publicidad y Propaganda de los productos preimpresos en los años 2011, 2012 y 2013, la cantidad de billetes que se destruyeron aumentó como resultado de que no fueron colocados y vendidos entre el público consumidor, dando como resultado que el gasto publicitario por billete destruido aumentara, lo que implica que la estrategia publicitaria utilizada por la Administración Activa no dio los resultados esperados en cuanto a la venta de billetes de los productos impresos que se comercializan.

Lo mencionado, se observa por ejemplo con la Lotería Nacional donde entre el período 2011 a 2013, la publicidad pasó de €900.676.595,67 (novecientos millones seiscientos setenta y seis mil quinientos noventa y cinco colones con 67/100) a €1.343.237.338,55 (mil trescientos cuarenta tres millones doscientos treinta y siete mil trescientos treinta y ocho colones con 55/100), y la cantidad de billetes destruidos pasó de 1.941.081,92 (un millón novecientos cuarenta y un mil billetes) en el 2011 a 2.856.018,62 (dos millones ochocientos cincuenta y seis mil billetes) en el 2013, por lo que el gasto promedio en publicidad por billetes destruidos aumentó de €141.127.466,57 (ciento cuarenta y uno millones ciento veintisiete siete mil cuatrocientos sesenta y seis colones con 57/100) a €348.755.531,82 (treientos cuarenta y ocho millones setecientos cincuenta y cinco mil quinientos treinta y un

colones con 82/100) en los mismos años (2011-2013). Cabe destacar, que dicho comportamiento es similar para la Lotería Popular y la Lotería Tiempos Impresos en el mismo período.

Sobre lo señalado anteriormente, la Ley de Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos N° 8131 del 18 de setiembre del 2001, publicada en el Diario Oficial La Gaceta N° 198 del 16 de octubre del 2001, indica en el artículo N° 5 lo siguiente:

“La administración de los recursos financieros del sector público se orientará a los intereses generales de la sociedad, atendiendo los principios de economía, eficacia y eficiencia, con sometimiento pleno a la ley.”

Además, las Normas de Control Interno para el Sector Público, establecen en el punto N° 1.2:

“1.2 Objetivos del SCI

El SCI de cada organización debe coadyuvar al cumplimiento de los siguientes objetivos:

a. Proteger y conservar el patrimonio público contra pérdida, despilfarro, uso indebido, irregularidad o acto ilegal. El SCI debe brindar a la organización una seguridad razonable de que su patrimonio se dedica al destino para el cual le fue suministrado, y de que se establezcan, apliquen y fortalezcan acciones específicas para prevenir su sustracción, desvío, desperdicio o menoscabo. (El subrayado no es del original)

La situación expuesta, indica que incurrir en gastos donde no se produzca un retorno de la inversión efectuada por la Junta de Protección Social para llevar a cabo la Publicidad y Propaganda de los productos impresos que comercializa, origina que no se cuente con los recursos esperados de un período de operaciones, en menoscabo de los fondos que se distribuyen entre los acreedores de las rentas de la Institución, a causa de no llevarse a cabo por parte de la Administración Activa análisis periódicos del comportamiento del gasto que se observa en la Subpartida Publicidad y Propaganda respecto a las fracciones vendidas, con el fin de tomar las medidas correctivas que sean necesarias.



2.1.4 Análisis del Procedimiento del Pago de Servicios relacionados con Publicidad por medio de la Caja Chica.

Al llevar a cabo la verificación de los registros contables efectuados por concepto de los gastos realizados en Publicidad y Propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013, se constató que:

- a) Mediante el uso del fondo de caja chica en los años en cita, se realizaron pagos por concepto de:
 - Derechos de imagen para ser utilizados en publicación de una página WEB.
 - Línea creativa para la confección de artículos promocionales.
 - Producción e instalación de rótulos.
 - Transmisión radial de sorteos de lotería tiempos.
 - Transmisión radial de sorteos especiales.
 - Producción gráfica de piezas de prensa.
 - Publicidad en prensa.
 - Compra de artículos promocionales.
 - Contratación de una persona para el traje de Loterito.
 - Desarrollo de versión de cierres publicitarios.
 - Confección de camisetas para las giras promocionales, entre otros.

Lo anterior, a pesar de que en la Institución se deben cumplir con los procedimientos de contratación establecidos, realizando de previo a una adecuada planificación de las diferentes actividades relacionadas con la promoción de las loterías preimpresas que se comercializan.

La verificación realizada indica que a la fecha de cierre del presente informe (julio 2015), en la Junta de Protección Social no se cuenta con un Reglamento General de los Fondos de Caja Chica, el cual se encuentre aprobado por la Junta Directiva⁵ y publicado internamente en la Institución o en el Diario Oficial La Gaceta. Lo mencionado, por cuanto la propuesta del Reglamento en cita fue remitida a la Gerencia General por la Asesoría Jurídica adjunta al oficio AJ-517 del 28 de mayo del 2014, con las modificaciones correspondientes desde el punto de vista jurídico, para su revisión y posterior presentación a la Junta Directiva para el trámite respectivo.

⁵ Conforme Artículo N° 8, inciso m) del Reglamento Orgánico de la Junta de Protección Social vigente, según Decreto Ejecutivo N° 28025-MTSS-MP, publicado en el Alcance N° 55 de La Gaceta N° 151 del Jueves 5 de agosto de 1999.

Cabe destacar que, se comprobó que en la Caja Chica del Departamento de Tesorería se está utilizando un reglamento, el cual de acuerdo con la revisión realizada por esta Auditoría Interna de las Actas de Junta Directiva, no se encuentra aprobado.

Por lo anterior, al no contar la Junta de Protección Social con un Reglamento General de los Fondos de Caja Chica oficializado, sobre la situación mencionada en el inciso a) el documento que es aplicable, de acuerdo con lo dispuesto en el Artículo N° 9 de la Ley General de la Administración Pública N° 6227, es el promulgado por la Tesorería Nacional del Ministerio de Hacienda mediante N° Decreto 32874-H, publicado en La Gaceta N° 22 del 31 de enero del 2006, que en lo que interesa indica:

“Artículo 2° – Definición del Fondo Fijo-Caja Chica. Para los efectos del presente reglamento, los Fondos de Cajas Chica en las instituciones autorizadas del Estado, de acuerdo con el artículo 1° inciso a) de la Ley de Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos, lo constituyen los anticipos de recursos que concede la Tesorería Nacional para realizar gastos menores, atendiendo a situaciones no previsibles oportunamente y para adquirir bienes y servicios de carácter indispensable y urgente, según las partidas, grupos y subpartidas presupuestarias autorizadas por la misma. Dichos fondos operarán mediante el esquema de fondo fijo.

Artículo 3° – Normativa aplicable. La operación del Fondo Fijo-Caja Chica deberá sujetarse a las disposiciones del presente reglamento, de la Ley de Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos y su Reglamento, a la Ley General de la Administración Pública, Reglamento de Gastos de Viaje y de Transporte para Funcionarios Públicos de la Contraloría General de la República y a los lineamientos de la Tesorería Nacional, así como cualquier otra norma vigente sobre la materia.

Artículo 4° – Naturaleza. La ejecución del gasto mediante el Fondo Fijo-Caja Chica es un procedimiento de excepción y por consiguiente limitado a la atención de gastos menores indispensables y urgentes, según el criterio justificado de la administración de cada Institución.

Específicamente, con cargo a dicho fondo se podrán realizar gastos correspondientes a las subpartidas presupuestarias consideradas para tal efecto, de acuerdo a lo que establece el artículo 18 de este Reglamento.

Artículo 5° – Gastos Menores indispensables y urgentes. Se considerarán Gastos Menores aquellos que no excedan el monto máximo fijado por la Tesorería Nacional y que corresponden a la adquisición de



bienes y servicios que no se encuentren en bodegas de las Proveedurías Institucionales, ya sea porque no se ha llevado a cabo o está en proceso la correspondiente contratación administrativa o porque su naturaleza impide ubicarlos en bodegas. Además, entre los denominados Gastos Menores se consideran los Viáticos, tanto al interior como al exterior del país y los Gastos de Representación, lo anterior, siempre que se atiendan las restricciones establecidas en el artículo 22 de este Reglamento.

Las Proveedurías Institucionales deberán organizarse y planificar adecuadamente las compras de materiales y suministros que su institución necesite, con el fin de utilizar lo menos posible el Fondo de Caja Chica autorizado.

Artículo 6° – Definición del monto. Los titulares de las instituciones autorizadas presentarán a la Tesorería Nacional una propuesta del monto del Fondo Fijo-Caja Chica que debe operar en la Institución a su cargo, de acuerdo con la estimación de los gastos menores a atender mediante esta modalidad, en aras de una ágil y eficiente gestión institucional.

Corresponderá a la Tesorería Nacional analizar la propuesta presentada y establecer finalmente el monto del mencionado fondo, tomando en cuenta: el presupuesto autorizado en la Institución en las subpartidas presupuestarias autorizadas para el gasto por caja chica por la Tesorería Nacional, el Límite de Gasto establecido por Decreto y la estructura organizacional y funcional.”

Asimismo, el Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 210 de 2 de noviembre de 2006, en sus artículos N° 2, inciso d) y N° 13, señala:

“Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa:

Artículo 2° – Principios. La actividad contractual se regirá, entre otros, por los siguientes principios:

a) **Eficiencia.** Todo procedimiento debe tender a la selección de la oferta más conveniente para el interés público e institucional, a partir de un correcto uso de los recursos públicos. En las distintas actuaciones prevalecerá el contenido sobre la forma.

b) **Eficacia.** La contratación administrativa estará orientada al cumplimiento de los fines, metas y objetivos de la entidad, en procura de una sana administración.

...

d) Libre competencia. Se debe garantizar la posibilidad de competencia entre los oferentes. No deben introducirse en el cartel restricciones técnicas, legales o económicas que injustificadamente limiten la participación de potenciales oferentes.

...

Artículo 13. – Fragmentación. *La Administración no podrá fraccionar sus operaciones respecto a necesidades previsibles con el propósito de evadir el procedimiento de contratación que corresponde. Todas aquellas contrataciones que pudieran reportar economías de escala deberán efectuarse en forma centralizada, para lo cual deberá existir la planificación de compras respectiva, si así resulta más conveniente para el interés público.*

La fragmentación se reputa ilícita cuando, contándose en un mismo momento dentro del presupuesto ordinario con los recursos necesarios y habiéndose planificado las necesidades administrativas concretas, se realiza más de una contratación para el mismo objeto, con los efectos de evadir un procedimiento más complejo.

La Administración deberá planificar anualmente sus compras y fijar fechas límites para que las unidades usuarias realicen los pedidos de los bienes y servicios que requieren con la debida antelación, a fin de poder agrupar los objetos de las compras. Fuera de esas fechas no se podrán atender pedidos que no sean calificados de necesidades urgentes o imprevistas.

Las adquisiciones deberán agruparse por líneas de artículos dependientes entre sí."

Lo anterior ocasiona el incumplimiento de los mencionados artículos, por cuanto se usan Fondos de Caja Chica que deberían utilizarse única y exclusivamente para adquirir bienes y servicios indispensables y de verdadera urgencia, para la compra de bienes y servicios que se hubieran obtenido utilizando los procedimientos normales de contratación, limitando con dicho proceder a otros proveedores a participar en igualdad de condiciones, asimismo, provocando que se lleven a cabo eventuales fraccionamientos en las contrataciones. Lo anterior, debido a que no se realiza una adecuada planificación de los compromisos que se deben cumplir, a pesar de contarse con anticipación con los Planes Anuales de Sorteos de Lotería.



2.2. Contrataciones de Publicidad y Propaganda en diferentes medios de comunicación.

2.2.1. Valoración de los criterios de selección de la Publicidad y Propaganda contratada.

Con el fin de determinar los elementos que se utilizan para elegir cada uno de los medios con los que se contratan las pautas publicitarias y los parámetros que se toman en cuenta para determinar el monto del presupuesto a asignar a cada medio de comunicación, se consultó al Departamento de Mercadeo al respecto mediante oficio AI-603 del 22 de agosto del 2014, por lo que se recibió la nota MER-PPP-124 del 6 de octubre de 2014, en la cual dicha dependencia indicó:

“Se utiliza las herramientas de IBOPETIME, con el fin de contar con los medios de mayor audiencia, y de acuerdo al target de cada producto”

De igual forma, el Departamento de Mercadeo señaló que las necesidades del mercado meta forzaron a la Junta de Protección Social a la incorporación de los estudios de medición de audiencias, estilos de vida y monitoreo, los cuales se convierten en parte fundamental para la contratación de medios publicitarios; por cuanto estos estudios permiten la optimización del presupuesto asignado a cada pauta, llegando de forma más directa al público objetivo por medio de diferentes análisis que fundamenten su selección, tales como los que se mencionan a continuación:

► *Radio: Rankeos de emisoras, por día y por hora de acuerdo al target o público objetivo de cada campaña.*

► *Prensa: Análisis de los diferentes medios por día, lo que contribuye a la colocación de pauta de forma más efectiva. La pauta en este medio se relaciona directamente a las necesidades de la campaña y días de sorteos.*

► *Televisión: Se consideran los rankeos de los programas del mes completo anterior a la campaña y el período de la campaña en el año anterior. Además se valoran programas especiales o nuevos que no aparezcan en parilla programáticas”. (SIC)*

Al respecto, esta Auditoría Interna llevó a cabo la verificación sobre las contrataciones llevadas a cabo en los años 2011, 2012 y 2013, donde observó que:

- a- Se contratan pautas publicitarias dirigidas a segmentos de mercado que no se constituyen en potenciales consumidores de los productos que vende la Junta de Protección Social. A manera de ejemplo se puede indicar que se pactó publicidad con una Revista Médica, a pesar de que el Estudio Consumo, Uso & Actitudes (CUAS) de las diferentes loterías realizado en el período 2011, muestra que los potenciales lectores de esta revista no se constituyen en parte de dicho mercado, en virtud de su ingreso y escolaridad⁶.
- b- Se invierten recursos por montos elevados en los medios (Radiales, Televisivos y Prensa Escrita) que se determinan de mayor audiencia y circulación, los cuales se encuentran ubicados en el Gran Área Metropolitana (San José, Heredia, Cartago y Alajuela), sin considerar los medios de comunicación que se encuentran instalados en zonas rurales, donde residen personas que de acuerdo con el Estudio Consumo, Uso & Actitudes (CUAS) del año 2011, por su nivel de escolaridad e ingresos son potenciales compradores de las loterías impresas que comercializa la Junta de Protección Social.

Por lo mencionado, se observó que la estrategia publicitaria utilizada en el período en estudio no coincide con los resultados de los estudios que se llevaron a cabo para determinar los gustos y preferencias de los consumidores, por lo que no se optimizó el uso de los recursos que se destinaron en los años 2011, 2012 y 2013, en la contratación de medios publicitarios.

2.2.2. Análisis de la Publicidad y Propaganda contratada con la Televisora de Costa Rica Canal 7 y Repretel Canal 6.

Esta Auditoría Interna realizó un estudio de los recursos invertidos en pautas publicitarias en los medios de comunicación televisiva determinados como de mayor audiencia por el Departamento de Mercadeo, para promover la venta de los productos preimpresos en los períodos 2011, 2012 y 2013, obteniéndose los siguientes resultados:

⁶ Posibles compradores con educación superior completa: Hombres 7%, Mujeres 11%
Probables compradores según nivel de ingreso personal (más de 650.000,00): Hombres 9%, Mujeres 4%

Cuadro No. 7
Comparativo Publicidad Televisiva
Medios de Mayor Audiencia
Periodo 2011-2013

Periodos	Repretel Canal 6	Televisora de Costa Rica Canal 7	Diferencia en colones
2011	165,755,398.00	176,883,054.17	€11,127,656.17
2012	232,847,894.00	238,961,583.00	€6,113,689.00
2013	384,954,625.00	244,772,470.32	€-140,182,154.68
Total	783,557,917.00	660,617,107.49	

Nota: Los rubros mostrados no incorporan los montos cancelados en la producción del programa La Rueda de la Fortuna.

Fi: Sistema de Presupuesto.

Tal como se observa en el cuadro anterior, para el año 2011 de la Subpartida Publicidad y Propaganda se destinaron recursos a pautas publicitarias por un monto mayor en Televisora de Costa Rica Teletica Canal 7 que en Repretel Canal 6, cuya diferencia correspondió a €11.127.656,17 (once millones ciento veintisiete mil seiscientos cincuenta y seis colones con 17/100).

En el período 2012 se dispuso también una mayor cantidad de recursos en pautas comerciales en Teletica Canal 7 que en Repretel Canal 6. Cabe destacar, que dicha diferencia fue de €6.113.689,00 (seis millones ciento trece mil seiscientos ochenta y nueve colones con 00/100).

No obstante en el año 2013, en forma contraria a los períodos anteriores se destinó una mayor cantidad de recursos en pautas publicitarias a Canal 6 que a Canal 7, dando en este período una diferencia en la inversión realizada entre ambos medios de €140.182.154.68 (ciento cuarenta millones ciento ochenta y dos mil ciento cincuenta y cuatro colones con 68/100).

Cabe destacar que respecto a lo comentado, se solicitó información al Departamento de Mercadeo mediante las notas AI-910 y AI-975 del 14 de noviembre y del 9 de diciembre del 2014 respectivamente, por lo que se recibió el oficio MER-PPP-205 del 17 de diciembre del 2014, donde dicha dependencia informó sobre los resultados de los "ranking" (clasificaciones) obtenidos por Televisora de Costa Rica Canal 7 y Repretel Canal 6 en los períodos 2011, 2012 y 2013, los cuales se presentan a continuación:

Cuadro No. 8
Comparativo Ranking Medios Televisivos de Mayor Audiencia
Período 2011-2013

Período 2011

Televisora	Tarjets: Hombres-Mujeres 6-99 Total	Hogares Total
Canal 7	2.6%	7.4%
Canal 6	2.3%	6.1%
Diferencias	0.3%	1.3%

Período 2012

Televisora	Tarjets: Hombres-Mujeres 6-99 Total	Hogares Total
Canal 7	2.3%	6.5%
Canal 6	2.5%	6.4%
Diferencia	0.2%	0.1%

Período 2013

Televisora	Tarjets: Hombres-Mujeres 6-99 Total	Hogares Total
Canal 7	2.4%	6.8%
Canal 6	2.3%	5.9%
Diferencia	0.1%	0.9%

Fi: Oficio MER-PPP-205 del 17 de diciembre del 2014.

Se debe señalar que la información suministrada por el Departamento de Mercadeo, respalda el análisis realizado anteriormente de la Publicidad y Propaganda contratada con la Televisora de Costa Rica Canal 7 y Repretel Canal 6, por cuanto tal como se indicó:

- En el período 2011 al Canal 7 se le canceló una suma mayor que la pagada al Canal 6, lo es consecuente con los resultados mostrados en el "rating" del "tarjet" de Hombres-Mujeres que es de 0.3% a favor de Canal 7 y en Hogares Total la diferencia correspondió al 1.3% también a favor de Canal 7.

- En el período 2012 al Canal 7 se le destinó un monto mayor que el consignado al Canal 6, y el "rating" del "tarjet" de Hombres- Mujeres mostró una variación del 0.2% a favor de Canal 6, sin embargo en Hogares Total se da una diferencia del 0.1% a favor de Canal 7.
- Para el período 2013 al Canal 7 se le transfirió una suma inferior de la que le correspondió al Canal 6, a pesar de que el resultado del "rating" del Canal 7 fue superior al de Canal 6 en un 0.1% para el "tarjet" Hombres-Mujeres y de 0.9% para Hogares Total.

Lo anterior, evidencia que se presentan en apariencia cambios en las políticas seguidas respecto a la distribución de los recursos correspondientes a la Publicidad y Propaganda contratada entre los medios televisivos que mostraban un mayor nivel de audiencia, sin que se hayan determinado los justificantes que respaldaran la variación de dichas políticas de un período a otro.

2.2.3. Contrataciones de pautas publicitarias por orden de la Presidencia de Junta Directiva.

El Departamento de Mercadeo mantiene un control denominado "*Presupuesto de Inversión Publicitaria*" en el cual anota cada una de las contrataciones que se realizan en materia de Publicidad y Propaganda y el costo de las mismas. Lo anterior, con la finalidad de conocer el gasto real realizado y el monto de que se dispone para contratar pautas publicitarias en el transcurso de un período de operaciones.

Sobre el documento mencionado, esta Auditoría Interna llevó a cabo una verificación del período 2012, determinando que la Presidencia de Junta Directiva a cargo del señor Abundio Gutiérrez Matarrita en ese año, solicitó la contratación de varios medios de comunicación para que llevaran a cabo la transmisión de pautas publicitarias de la Junta de Protección Social, sin que se observara el uso de los procedimientos de selección de medios (radioemisoras) establecidos por el Departamento de Mercadeo. Cabe destacar, que las contrataciones en cita son las siguientes:

- *"Mauricio Carvajal*
- *Marvin Sandí Alfaro*
- *Pensando en Positivo.*
- *Radio Costa Rica, (señor Endy Torres)*
- *Juzgue Usted (Carlos Jiménez)*
- *En Confianza (Henry Méndez)*

- *Noche de Tangos (Lyda Monge)*
- *Programa Adelante (Oscar Montero)*
- *Conversando con Oscar López*
- *Programa actualidad (Javier Rojas)*

Por lo señalado, esta Auditoría mediante oficio AI-838 de fecha 21 de octubre del 2014, consultó al Departamento de Mercadeo cuáles fueron los criterios de selección utilizados para la contratación de los medios de comunicación indicados, que realizaron la transmisión de pautas publicitarias del 21 de junio al 20 de julio y del 1 al 31 de agosto del 2012, por lo que el Departamento de Mercadeo mediante el oficio MER-PPP-162 del 24 de octubre de 2014, indicó que:

“Con respecto a estos medios no se operó ninguna de las herramientas que este Departamento utiliza para obtener los mejores medios (radio) según los rankeos, debido a que fueron enviados por el señor Abundio Gutiérrez, Presidente en ese momento.”

Lo expuesto, fue verificado mediante la revisión de los correos enviados por la secretaria de la Presidencia de Junta Directiva al Departamento de Mercadeo, por orden del señor Abundio Gutiérrez Matarrita, Presidente de Junta Directiva en el período en estudio, de los cuales también fueron suministradas copias a esta Auditoría Interna por parte de ese departamento.

Al respecto los incisos c) y d) del artículo N° 8 de la Ley General de Control Interno N° 8292, establecen:

“Artículo 8°. – Concepto de sistema de control interno. Para efectos de esta Ley, se entenderá por sistema de control interno la serie de acciones ejecutadas por la administración activa, diseñadas para proporcionar seguridad en la consecución de los siguientes objetivos:

...

- c) Garantizar eficiencia y eficacia de las operaciones.*
- d) Cumplir con el ordenamiento jurídico y técnico.”*

La situación descrita se aleja de los criterios que un adecuado sistema de control interno plantea, así como de una apropiada programación financiera para el logro de los objetivos institucionales a corto, mediano y largo plazo, dado que se asignan recursos a medios de comunicación que no cuentan con el amparo de un estudio que fundamente su selección y justifique la asignación de recursos económicos en cada período.

2.2.4. Controles Internos establecidos en el Departamento de Mercadeo sobre el Gasto en Publicidad y Propaganda.

Con el fin de determinar la razonabilidad y oportunidad de la información que maneja el Departamento de Mercadeo en relación con la inversión llevada a cabo por la Junta de Protección Social en Publicidad y Propaganda, esta Auditoría Interna llevó a cabo una revisión al respecto, comprobando que dicho departamento anualmente confecciona un Presupuesto para la Subpartida Publicidad y Propaganda, el cual es aprobado por la Junta Directiva de la Institución.

Cabe destacar, que el Departamento de Mercadeo lleva un control en una hoja electrónica de Excel, denominada "*Presupuesto de Inversión Publicitaria*"; la cual se encuentra dividida por cada una de las campañas publicitarias que se ejecutan (sorteos ordinarios y extraordinarios de cada una de las loterías), asimismo, se detalla en dicha hoja la descripción del proveedor, los servicios contratados (Radio y Televisión, Otros Medios o Patrocinios entre otros), el total aprobado por cada proveedor, el número de Orden de Compra, el número de solicitud, el número de factura y el número de oficio con que un departamento solicita o aprueba el bien o servicio contratado, entre otros.

Por lo anterior y con el fin de determinar la exactitud de la información contenida en el control en cita, se procedió a cotejar la misma contra la registrada en el Sistema de Presupuesto de los períodos 2011, 2012 y 2013, tomándose como muestra a los siguientes proveedores:

- **Radio y Televisión:** Canal 7, Cadena Radial Costarricense, Central de Radios, Cadena de Emisoras Columbia, Canal 13 (SINART) y Repretel (Canales 6 y 11).

Otros Medios: La Nación, Bolsas de Papel (Interacción Diecisiete), Periódico Digital, Pantallas en centros comerciales y Perifoneo.

Sobre lo mencionado, se observó que el Departamento de Mercadeo no incorporó en la hoja electrónica mencionada servicios de publicidad que presentaron en forma posterior y ajustes en sus montos, por motivos tales como: cambio de plazo de la entrega, montos menores al reservado, sustitución de orden de compra por pagos de reajuste y liquidación de una orden de compra por solicitud del Departamento de Proveeduría, sin que se actualizara el monto incluido inicialmente, por lo que se originan diferencias con el gasto real reflejado en el Sistema de Presupuesto, las cuales se presentan en el Anexo N° 31 de este estudio.

Lo expuesto, no cumple con lo descrito en las Normas de Control Interno para el Sector Público" (N-2-2009-CO-DFOE) N° 5.6.1 y N° 5.6.3, que a continuación se detallan:

"5.6 Calidad de la Información

El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben asegurar razonablemente que los sistemas de información contemplen los procesos requeridos para recopilar, procesar y generar información que responda a las necesidades de los distintos usuarios. Dichos procesos deben estar basados en un enfoque de efectividad y de mejoramiento continuo.

Los atributos fundamentales de la calidad de la información están referidos a la confiabilidad, oportunidad y utilidad.

5.6.1 Confiabilidad

La información debe poseer las cualidades necesarias que la acrediten como confiable, de modo que se encuentre libre de errores, defectos, omisiones y modificaciones no autorizadas, y sea emitida por la instancia competente.

5.6.3 Utilidad

La información debe poseer características que la hagan útil para los distintos usuarios, en términos de pertinencia, relevancia, suficiencia y presentación adecuada, de conformidad con las necesidades específicas de cada destinatario."

La falta de información actualizada en el denominado "Presupuesto de Inversión Publicitaria", le impide al Departamento de Mercadeo ofrecer a terceros información oportuna del gasto en Publicidad y Propaganda pagado por medio publicitario (Radio, Televisión y Periódico entre otros), por campaña específica o por corte de la Inversión Publicitaria a una fecha determinada; a causa de no realizar los ajustes de Los montos solicitados en los diferentes servicios de Publicidad y Propaganda.

3- CONCLUSIONES

La Junta de Protección Social es una organización que genera utilidades para distribuir entre las diferentes organizaciones sociales sin fines de lucro que tiene el país, mediante la venta de diferentes loterías en forma preimpresa y electrónica en el mercado nacional, por lo que como parte de la promoción de sus productos realiza la incorporación de recursos en el presupuesto que elabora en forma anual para ser dirigidos a la contratación de Publicidad y Propaganda con diferentes medios de



comunicación radiales, escritos, televisivos y otros. Cabe destacar, que el presupuesto anual dedicado a Publicidad y Propaganda representa un monto significativo y a lo interno de la Institución se han implementado mecanismos con miras a mantener un control sobre los gastos que se llevan a cabo en la contratación de pautas publicitarias.

Por lo mencionado y con la finalidad de verificar el uso que se ha dado a los recursos que se presupuestaron en la Subpartida Publicidad y Propaganda, esta Auditoría Interna llevó a cabo un estudio sobre los gastos efectuados por este concepto en los períodos 2011, 2012 y 2013, ampliando el alcance de dicho estudio cuando se consideró necesario, cuyos resultados se presentan en este informe para que ayuden a retroalimentar a las dependencias involucradas a mejorar los esfuerzos que se realizan para optimizar la colocación de las loterías.

La labor realizada evidenció que la Estrategia Publicitaria utilizada por la Institución en el período bajo estudio, no originó un aumento en la cantidad de lotería impresa que fue efectivamente vendida entre el público consumidor, ya que a pesar de que se incrementó el monto de los recursos invertidos en pautas publicitarias, la cantidad de billetes vendidos no se elevó, a pesar del aumento experimentado en la población económicamente activa en los años 2011, 2012 y 2013 y la mejora en las condiciones financieras del país.

Respecto a la venta en billetes, si se toma el ingreso en colones, se observa que éste se ha visto aumentado de un período a otro por la variación en el precio de las loterías y no así por la colocación de una mayor cantidad de billetes, por lo cual este factor no puede ser considerado como un punto razonable y real de comparación de un período a otro.

Otro aspecto que es considerado importante dentro de este estudio, es que ante el incremento de los billetes no colocados, se produce un crecimiento en el monto del gasto en Publicidad y Propaganda en que se incurrió y que no fue generador de ingresos por medio de las ventas, lo cual se evidenció en el resultado del estudio y los anexos que se adjuntan al mismo.

En relación con las contrataciones efectuadas de pautas publicitarias, se observaron debilidades en cuanto a las políticas de asignación del gasto de publicidad tanto entre los medios a emplear, como en la escogencia del producto que se quiere publicitar, dado que se detectó la escogencia de proveedores que no representan la mayor audiencia, asignando recursos a pautas que no van dirigidas al mercado meta, aparte de no contar con criterios sólidos y técnicos para destinar la cuantía de la Publicidad y Propaganda por tipo de lotería.

Otro aspecto de importancia en materia de contrataciones, es que la Institución adquirió por medio de Caja Chica bienes y servicios para ser destinados a las actividades relativas a la organización y realización de sorteos, fundamentalmente el sorteo del gordo navideño, siendo relevante señalar que la Institución desde inicio del período establece su calendario de sorteos, lo cual le permite programar de una forma muy exacta los requerimientos de bienes y servicios relacionados con la realización de los mismos, tramitándose las contrataciones en forma integral, y con ello obteniendo una mayor participación de proveedores, con la finalidad de obtener mejores precios en beneficio de los acreedores de sus rentas.

Por otra parte, resulta de importancia indicar que el estudio efectuado evidencia que en la Institución a julio del 2015, no se cuenta con un Reglamento de Caja Chica el cual se encuentre aprobado por la Junta Directiva, por lo que en la actualidad no cuenta la Junta de Protección Social con un documento debidamente autorizado el cual regule y respalde las operaciones que se llevan a cabo mediante el uso de estos fondos (oficinas centrales y sucursales) y se haya hecho del conocimiento de todos los colaboradores.

4. RECOMENDACIONES

A LA PRESIDENCIA DE LA JUNTA DIRECTIVA

4.1. Tomar las acciones correspondientes para que:

4.1.1 Se definan formalmente políticas para la cuantía de la Publicidad y Propaganda, su asignación por producto y la escogencia del medio publicitario (Gran Área Metropolitana y Zonas Rurales); considerando para ello las herramientas de selección con que cuenta el Departamento de Mercadeo y los estudios de Consumo, Uso & Actitudes de los compradores de lotería entre otros, con el propósito de que priven criterios técnicos para la ejecución del gasto publicitario, lo cual debe quedar documentado en un manual de procedimientos. (Puntos N° 2.1.1, N° 2.1.2 y N° 2.1.3 de resultados del estudio).

4.1.2 Se establezca una estrategia publicitaria donde se enfatice las bondades de convertirse en acreedor de un premio de lotería, se incremente la motivación de los consumidores para adquirir los productos que vende la Junta de Protección Social, así como la importancia que tiene la Institución para los sectores más vulnerables del país, evidenciando los perjuicios sociales que implica el consumo de las loterías ilegales. (Puntos N° 2.1.1 y N° 2.1.2 de resultados del estudio).

4.1.3 Se instaure una política de control sobre los precios y los niveles de devolución permitidos de los productos que se distribuyen, con la finalidad de fomentar e incrementar las ventas mediante la colocación de billetes adicionales. (Puntos N° 2.1.1 y N° 2.1.2 de resultados del estudio).

4.1.4 Se concluya el proceso de revisión del "Reglamento del Fondo de Caja Chica" por parte de la Gerencia General, para que sea sometido a conocimiento y aprobación por parte de la Junta Directiva de la Institución, conforme lo establece el artículo N° 8 del Reglamento Orgánico de la Junta Protección Social vigente. (Punto N° 2.1.4. de resultados del estudio).

4.2 Girar instrucciones a la Gerencia General, para que:

4.2.1 Respecto a los gastos a incurrir en materia de Publicidad y Propaganda, las diferentes unidades administrativas deben respetar los procesos de contratación administrativa establecidos en la Institución, de forma que se utilice el Fondo de Caja Chica únicamente para la adquisición de bienes y servicios que sean para uso o de consumo urgente e imprevisible, con el propósito de evitar incurrir en posibles fraccionamientos y obtener una mayor participación de los potenciales proveedores de estos bienes y servicios. (Punto N° 2.1.4. de resultados del estudio)

4.2.2 El Departamento de Mercadeo actualice el control "Presupuesto de Inversión Publicitaria" cuando ocurran ajustes tales como: cambio de plazo de la entrega, montos menores al reservado, sustitución de orden de compra por pagos de reajuste y liquidación de una orden de compra por solicitud del Departamento de Proveeduría, con el fin de contar con información oportuna y real para la toma de decisiones, así como ofrecer a terceros la información pertinente del gasto en publicidad por medio de comunicación o campaña específica a una fecha determinada. (Punto N° 2.2 de resultados del estudio).

4.2.3 Solicitar al Departamento de Mercadeo un estudio por mes, trimestre o semestre en donde se detalle el resultado de la inversión del gasto en Publicidad y Propaganda versus los resultados de colocación de los productos impresos que se comercializan, con la finalidad de tomar las decisiones que correspondan en procura de una sana administración y eficiente utilización de esta Subpartida. (Puntos N° 2.1.1 y N° 2.1.3 de resultados del estudio).

- 4.3 De conformidad con lo dispuesto en los artículos N° 12 inciso c), 36 y 37 de la Ley General de Control Interno N° 8292, se establece un plazo de un mes contado a partir de la fecha en que sea entregado el presente informe, para que se presente un cronograma respecto a la implementación de las recomendaciones e informar a esta Auditoría sobre las medidas que se adopten.

5. OBSERVACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN

Al ser las 11:00 p.m. del día 31 de Julio del 2015, en las instalaciones de la Junta de Protección Social, se llevó a cabo la comunicación de resultados del presente Informe de Auditoría Interna, dicha comunicación fue realizada en presencia de la señora Delia Villalobos Álvarez, presidenta Junta Directiva, señor Milton Vargas Mora, Gerente General, señor Claudio Madrigal Guzmán, Gerente de Producción y Comercialización y señora Evelyn Blanco Montero, Jefe Departamento de Mercadeo; los cuales indicaron lo siguiente respecto a las recomendaciones:

Comentarios de la Presidenta de Junta Directiva

Punto 2.1

Comportamiento de las Ventas de las Loterías Impresas y el Gasto de Publicidad de productos ejecutado.

Respecto a los resultados del Informe en el cual se expone que el comportamiento de las ventas presenta una tendencia a la baja en la cantidad de billetes vendidos, independientemente si se realizan incrementos o variaciones en el gasto de publicidad, se estima que no sólo se puede tomar como factor determinante para la colocación de la lotería la publicidad, sino también hay que examinar otros elementos importantes, tales como la fidelidad de los vendedores de lotería, el estado del tiempo, la situación económica del país, la distribución de los productos, el incremento de las loterías ilegales, que el premio mayor del sorteo extraordinario de diciembre del 2012 quedara en la institución, perdiendo la Junta de Protección Social la credibilidad entre los consumidores; entre otros, los cuales en su conjunto determinan la baja en las ventas.

Recomendaciones.

Respecto a la recomendación N° 4.1.1 en la que se sugiere que se definan formalmente políticas para la cuantía de la Publicidad y Propaganda, su asignación por producto y la escogencia del medio publicitario, a mi criterio las herramientas



de selección y los estudios de consumo (CUAS), ofrecen resultados que solo pueden ser utilizados a corto plazo, debido a que la opinión de una persona puede cambiar de un periodo específico a otro, de conformidad con la percepción de los consumidores; por tanto, los mismos no se pueden considerar como permanentes, ya que no se trata de estudios elaborados científicamente por especialistas.

Licda. Mariela Sedó Flores
Profesional II

MBA. Juan Luis Avendaño Alvarado
Profesional II

Lic. Roberto Rojas Rojas
Jefe de Área

MSc. Doris María Chen Cheang
Auditora Interna



CUADROS

Cuadro No. 1			
Comportamiento de los Billetes Vendidos y el Gasto de Publicidad			
Lotería Nacional			
Período 2011-2013			
	2011	2012	2013
Billetes Vendidos	¢10.446.918,08	¢9.450.892,58	¢8.143.981,38
% aumento sobre año anterior		-9,53%	-13,83%
% aumento sobre año base (2011)			-22,04%
Gasto Publicidad Total	¢900.676.595,77	¢958.409.803,87	¢1.343.237.338,55
% aumento sobre año anterior		6,41%	40,15%
% aumento sobre año base (2011)			49,14%

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Cuadro No. 2		
Lotería Nacional		
Resumen Primeros Seis Sorteos del Año 2011		
Sorteo	Billetes Vendidos	Gasto Publicidad
4116	186.378,00	¢1.347.380,00
4117	192.383,90	¢4.521.747,68
4118	188.103,40	¢4.521.747,68
4119	188.308,80	¢3.846.747,68
4120	188.119,10	¢4.435.619,64
4121	188.369,90	¢3.851.293,14
Promedio Anual	179.908,58	¢8.400.149,02

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto

Cuadro No. 3		
Lotería Nacional		
Sorteo Ordinario de Mayor y Menor Venta del Año 2011		
Sorteo	Billetes Vendidos	Gasto Publicidad
4117	192.383,90	€4.521.747,68
4161	160.088,50	€5.175.906,00
Diferencia	-32.295,40	€654.158,32
Porcentaje	-16.78%	14.46%
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto		

Cuadro No. 4		
Lotería Nacional		
Comparativo Sorteos "Día de la Madre" Años 2011-2012		
Sorteo	Billetes Vendidos	Gasto Publicidad
4146 (Año 2011)	282.560,50	€30.413.278,08
4198 (Año 2012)	233.506,80	€30.502.144,04
Diferencia	-49.053,70	€88.865,96
Porcentaje	-17.36%	0.29%
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto		

Cuadro No. 5		
Lotería Nacional		
Resumen Primeros Seis Sorteos del Año 2012		
Sorteo	Billetes Vendidos	Gasto Publicidad
4167	177.913,60	¢4.735.488,20
4168	182.674,50	¢4.735.488,20
4169	181.004,50	¢4.735.488,20
4170	178.980,00	¢4.735.488,20
4171	176.910,40	¢4.735.488,20
4172	174.459,60	¢4.735.488,20
Promedio Anual	164.334,95	¢9.171.032,77

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto

Cuadro No. 6		
Lotería Nacional		
Sorteo Ordinario de Mayor y Menor Venta del Año 2012		
Sorteo	Billetes Vendidos	Gasto Publicidad
4168	182.674,50	¢4.735.488,20
4212	140.820,80	¢4.704.679,95
Diferencia	-41.853,70	-¢30.808,25
Porcentaje	-22.91%	-0.65%

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto

Cuadro No. 7		
Lotería Nacional		
Sorteo Ordinario de Mayor y Menor Venta del Año 2013		
Sorteo	Billetes Vendidos	Gasto Publicidad
4220	153.675,50	¢4.973.436,47
4263	121.930,50	¢8.341.542,31
Diferencia	-31.745,00	¢3.368.105,84
Porcentaje	-20.65%	67.72%
Promedio Anual	139.575,00	¢14.397.916,75
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto		

Cuadro No. 8		
Lotería Nacional Extraordinaria Año 2013		
Sorteo de ¢12.000,00 con Mayor y Menor Venta		
Sorteo	Billetes Vendidos	Gasto Publicidad
4224	172.629,40	¢38.908.334,97
4262	130.819,70	¢60.411.915,28
Diferencia	-41.809,70	¢21.503.580,31
Porcentaje	-24.21%	55.26%
Promedio Anual	154.967,60	¢51.986.833,20
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto		

Cuadro No. 9			
Comportamiento de los Billetes Vendidos y el Gasto de Publicidad			
Lotería Popular			
Período 2011-2013			
	2011	2012	2013
Billetes Vendidos	15.162.250,20	14.581.217,30	12.670.562,00
% aumento sobre año anterior		-3,83%	-13,10%
% aumento sobre año base (2011)			-16,43%
Gasto Publicidad Total	€333.535.662,61	€327.802.916,17	€633.342.582,72
% aumento sobre año anterior		-1,72%	93,21%
% aumento sobre año base (2011)			89,89%

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto

Cuadro No. 10			
Comportamiento de los Billetes Vendidos y el Gasto de Publicidad			
Lotería Tiempos Impresos			
Período 2011-2013			
	2011	2012	2013
Billetes Vendidos	2.325.042,20	2.396.739,80	2.111.788,60
% aumento sobre año anterior		3,08%	-11,89%
% aumento sobre año base (2011)			-9,17%
Gasto Publicidad Total	€37.870.129,12	€109.625.444,90	€82.280.338,99
% aumento sobre año anterior		189,48%	-24,94%
% aumento sobre año base (2011)			117,27%

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto

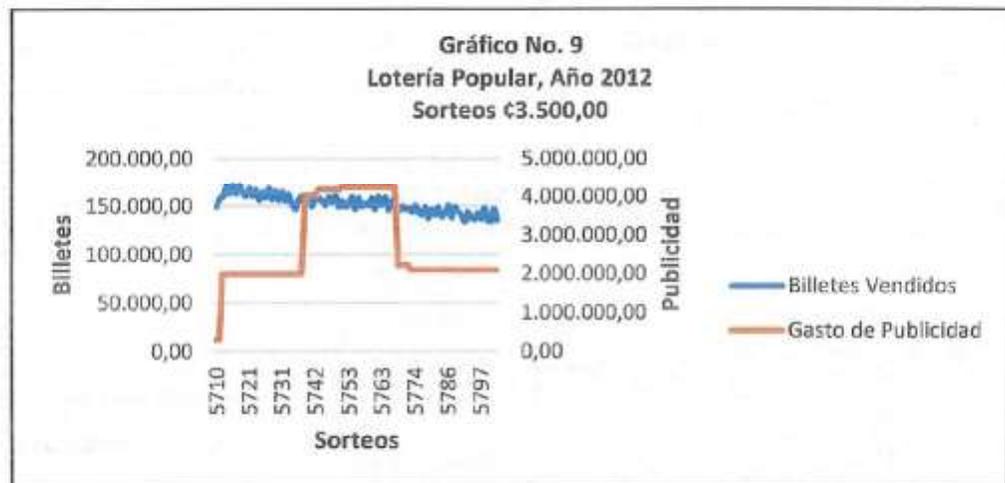
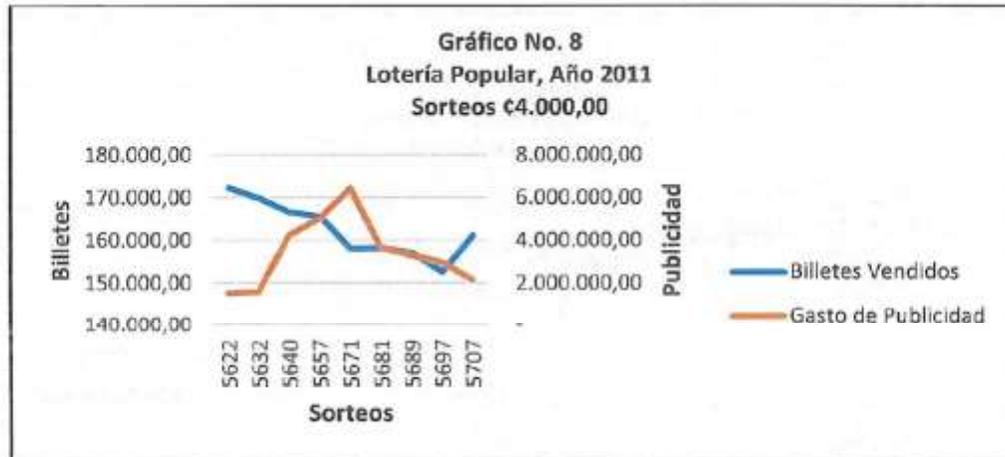
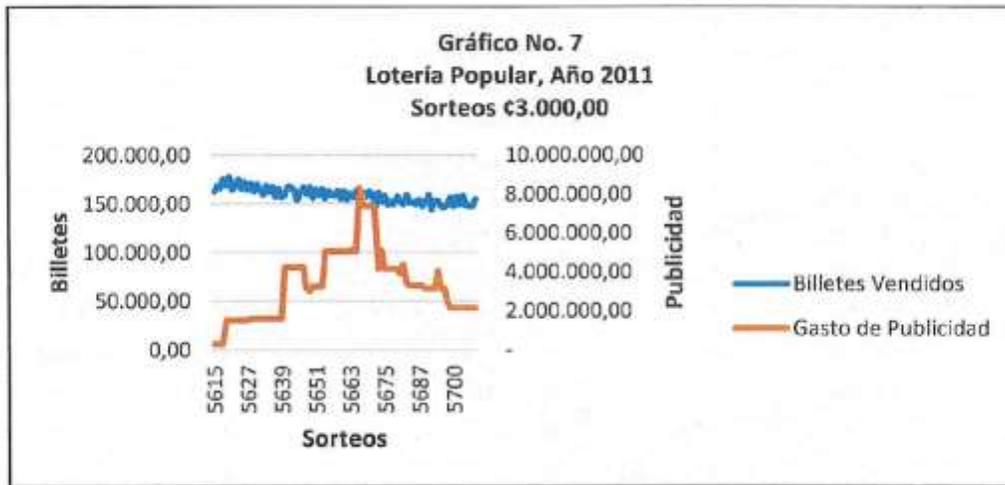
Cuadro No. 11			
Precio de Venta			
Lotería Nacional			
Período 2011-2013			
	2011	2012	2013
Sorteos Ordinarios	¢6.000,00	¢7.000,00	¢8.000,00
Sorteos Extraordinarios	¢7.000,00	¢12.000,00	¢12.000,00
Gordito	¢12.000,00	¢15.000,00	¢15.000,00
Sorteo Vacunación y Persona Joven	¢5.000,00	¢5.000,00	¢5.000,00
Gordo Navideño	¢60.000,00	¢60.000,00	¢60.000,00
Primero de Consolación	¢12.000,00	¢12.000,00	¢15.000,00
Segundo de Consolación	¢10.000,00	¢10.000,00	¢12.000,00
Fi: Sistema de Liquidaciones			

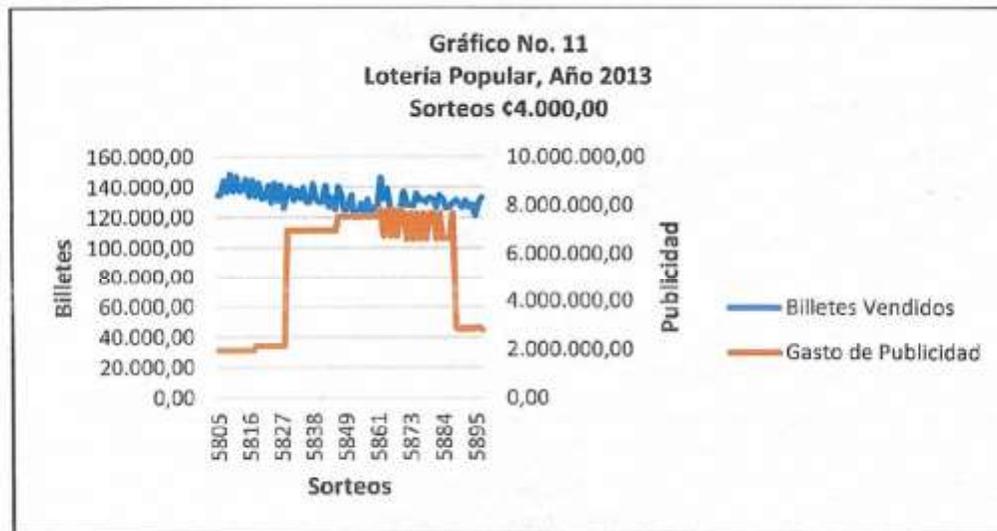
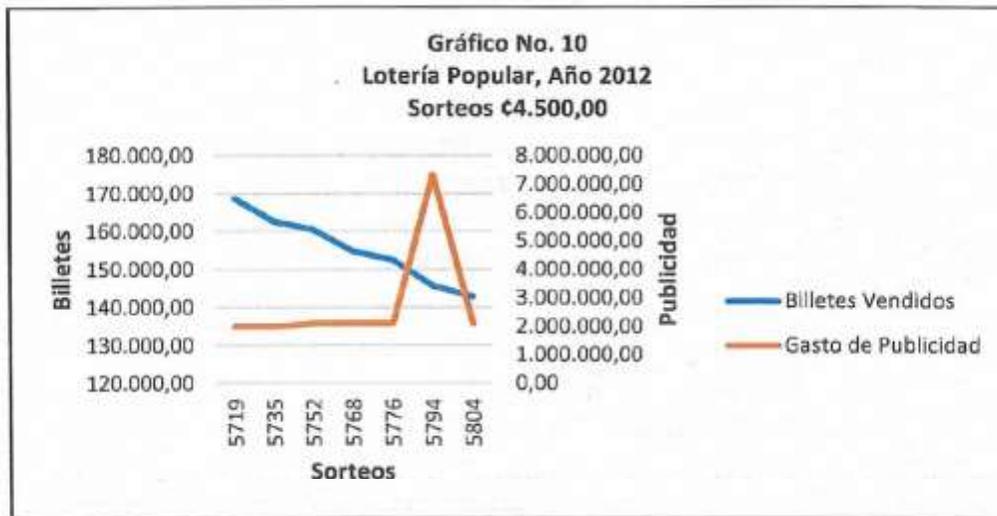
Cuadro No. 12			
Precio de Venta			
Lotería Popular			
Período 2011-2013			
	2011	2012	2013
Sorteos Ordinarios	¢3.000,00	¢3.500,00	¢4.000,00
Sorteos Extraordinarios	¢4.000,00	¢4.500,00	¢5.000,00
Viernes Negro	¢6.000,00	¢7.000,00	¢8.000,00
Fi: Sistema de Liquidaciones			

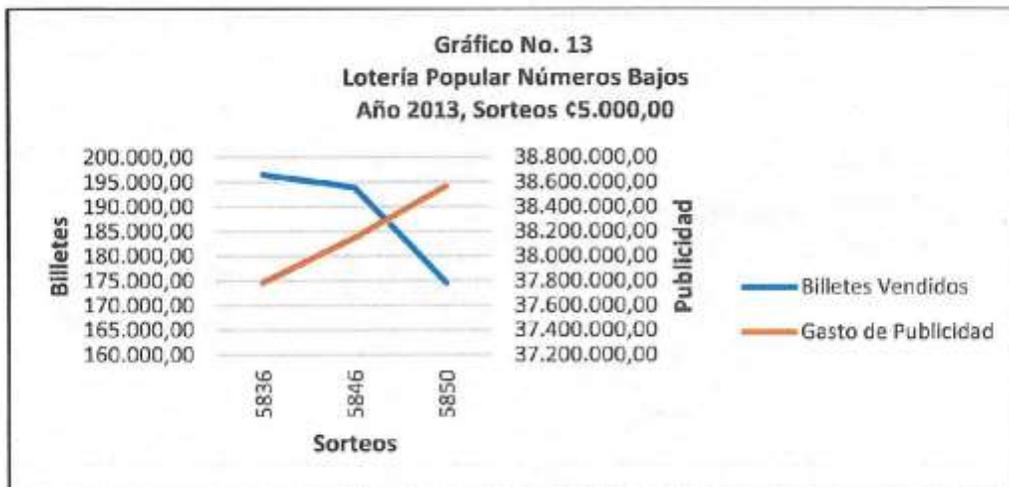
GRÁFICOS

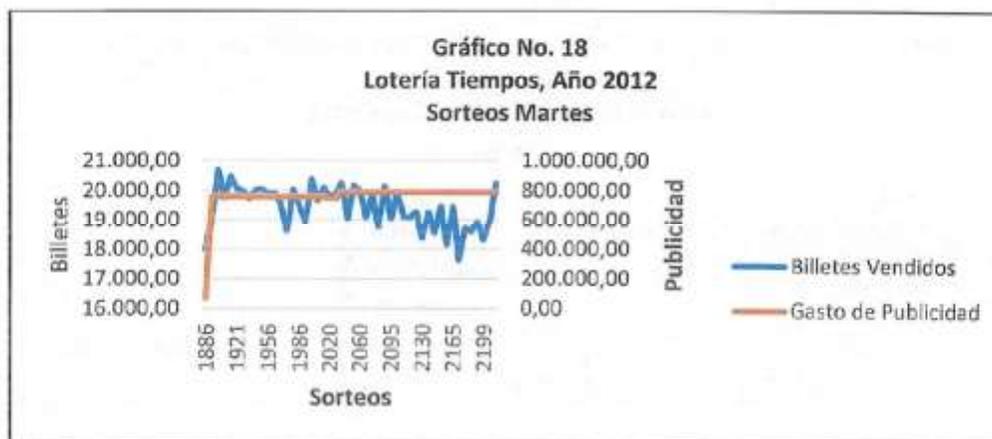
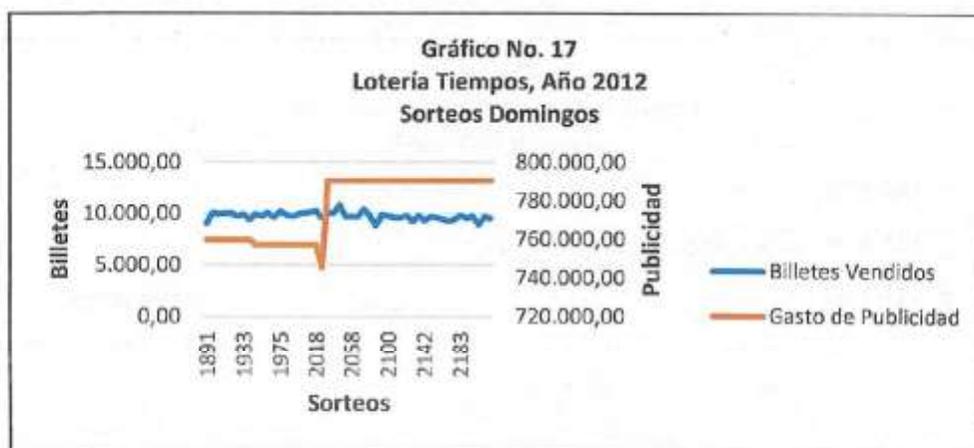


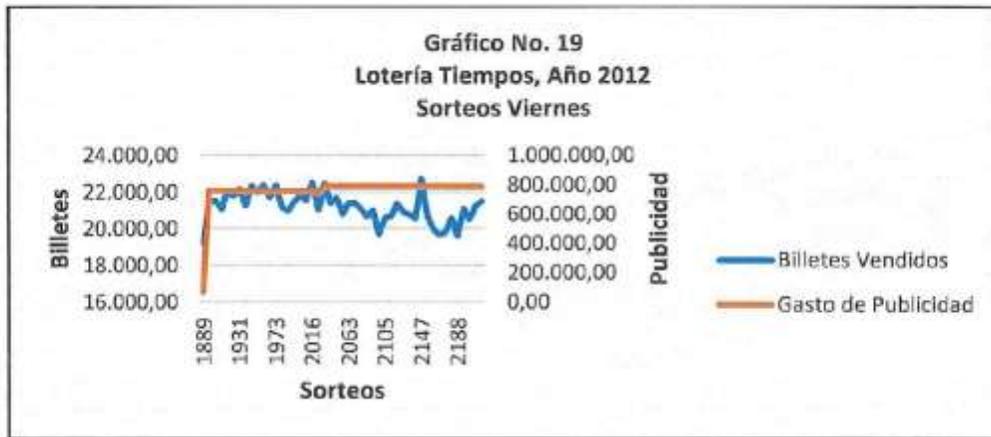


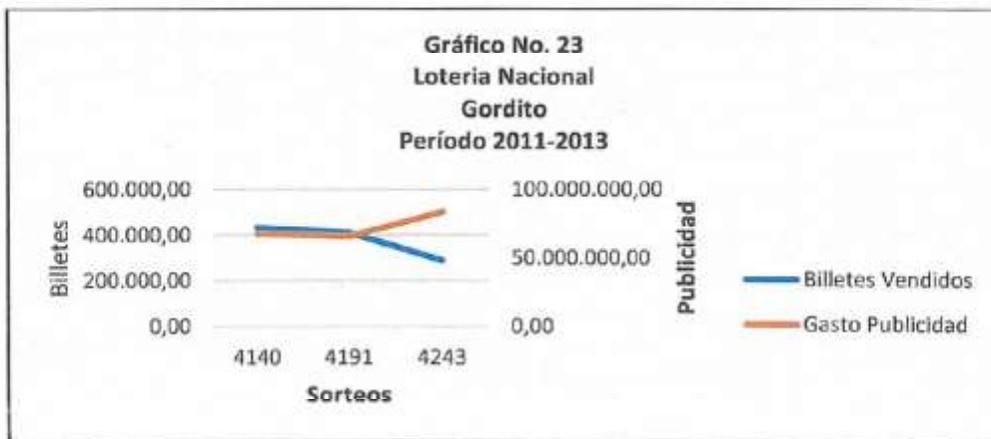


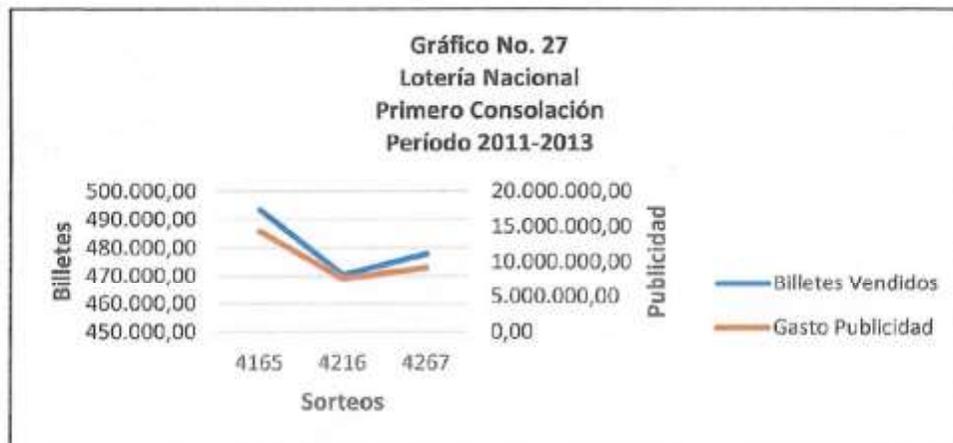
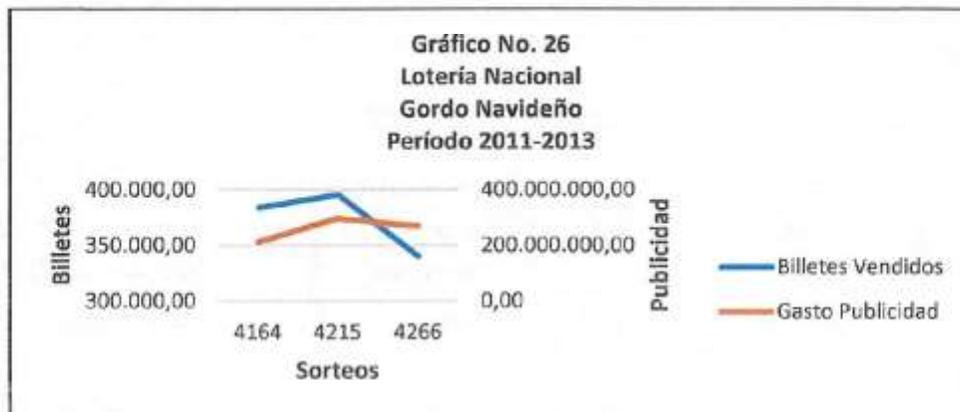


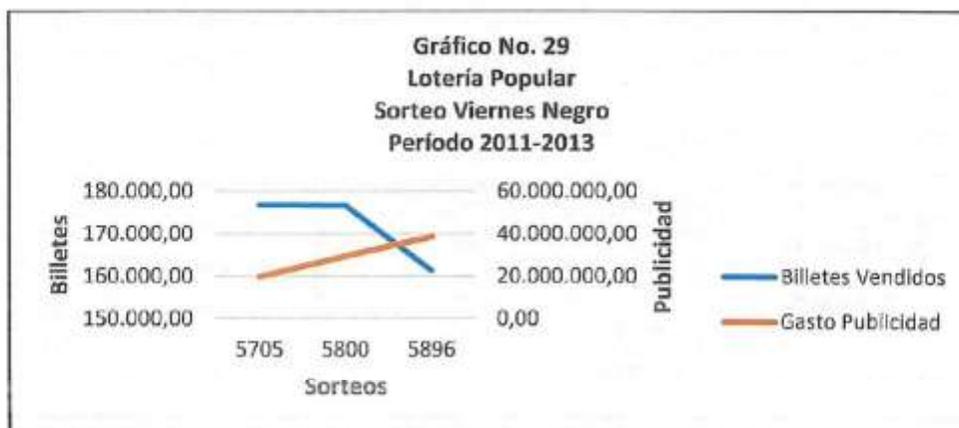
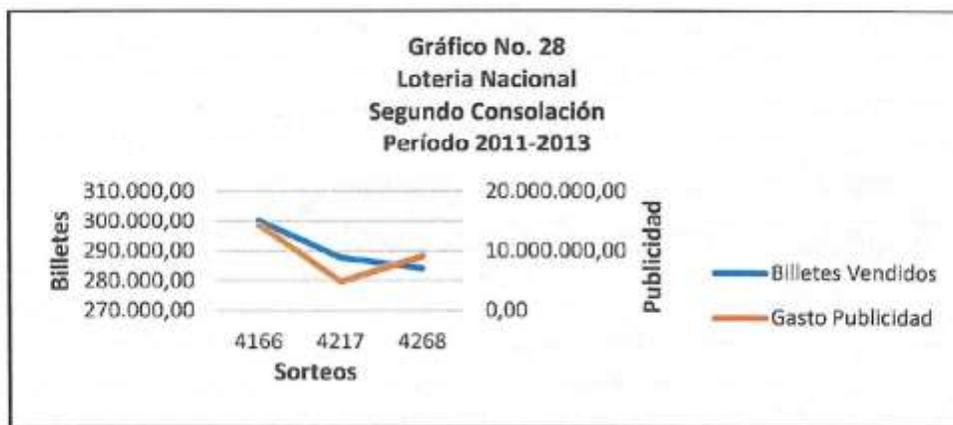












ANEXOS

Anexo No. 1
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional con precio €6.000,00
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
4116	09/01/2011	220.000	€6.000,00	186.378,00	33.622,00	€1.347.380,00
4117	16/01/2011	220.000	€6.000,00	192.383,90	27.616,10	€4.521.747,68
4118	23/01/2011	220.000	€6.000,00	188.103,40	31.896,60	€4.521.747,68
4119	30/01/2011	220.000	€6.000,00	188.308,80	31.691,20	€3.846.747,68
4120	06/02/2011	220.000	€6.000,00	188.119,10	31.880,90	€4.435.619,64
4121	13/02/2011	220.000	€6.000,00	188.369,90	31.630,10	€3.851.293,14
4123	27/02/2011	220.000	€6.000,00	185.440,70	34.559,30	€9.860.319,77
4124	06/03/2011	220.000	€6.000,00	183.823,80	36.176,20	€9.713.105,49
4125	13/03/2011	220.000	€6.000,00	181.874,20	38.125,80	€8.506.105,49
4127	27/03/2011	220.000	€6.000,00	177.955,40	42.044,60	€11.674.841,77
4128	03/04/2011	220.000	€6.000,00	183.473,50	36.526,50	€10.704.848,47
4129	10/04/2011	220.000	€6.000,00	180.493,30	39.506,70	€11.764.020,35
4130	17/04/2011	220.000	€6.000,00	183.668,40	36.331,60	€12.242.520,35
4132	08/05/2011	220.000	€6.000,00	181.692,00	38.308,00	€8.030.230,79
4133	15/05/2011	220.000	€6.000,00	182.924,40	37.075,60	€8.839.715,16
4134	22/05/2011	220.000	€6.000,00	179.378,50	40.621,50	€11.727.259,09
4135	29/05/2011	220.000	€6.000,00	180.833,40	39.166,60	€10.864.337,21
4136	05/06/2011	220.000	€6.000,00	181.284,50	38.715,50	€10.866.288,12
4137	12/06/2011	220.000	€6.000,00	178.701,40	41.298,60	€11.241.288,12
4139	26/06/2011	220.000	€6.000,00	180.308,50	39.691,50	€11.241.288,12
4141	10/07/2011	220.000	€6.000,00	182.663,70	37.336,30	€5.474.107,40
4142	17/07/2011	220.000	€6.000,00	181.691,20	38.308,80	€10.618.676,17
4143	24/07/2011	220.000	€6.000,00	180.412,20	39.587,80	€10.618.676,17
4144	31/07/2011	220.000	€6.000,00	180.661,40	39.338,60	€10.640.422,26
4145	07/08/2011	210.000	€6.000,00	179.259,30	30.740,70	€7.313.322,26
4147	21/08/2011	210.000	€6.000,00	176.246,40	33.753,60	€7.313.322,26
4148	28/08/2011	210.000	€6.000,00	175.783,40	34.216,60	€5.965.942,26
4149	04/09/2011	210.000	€6.000,00	178.458,40	31.541,60	€7.448.322,26
4150	11/09/2011	210.000	€6.000,00	176.157,90	33.842,10	€7.118.036,54
4152	25/09/2011	210.000	€6.000,00	174.670,40	35.329,60	€6.562.425,43
4153	02/10/2011	210.000	€6.000,00	178.938,00	31.062,00	€6.562.425,43
4154	09/10/2011	210.000	€6.000,00	176.796,20	33.203,80	€6.055.996,86
4156	23/10/2011	210.000	€6.000,00	169.571,90	40.428,10	€6.259.996,86
4157	30/10/2011	210.000	€6.000,00	172.917,90	37.082,10	€6.259.996,86
4158	06/11/2011	210.000	€6.000,00	170.593,30	39.406,70	€5.039.377,60
4160	20/11/2011	210.000	€6.000,00	168.192,30	41.807,70	€26.577.856,90
4161	27/11/2011	210.000	€6.000,00	160.088,50	49.911,50	€5.175.906,00
Total		8.010.000,00		6.656.617,50	1.353.382,50	€310.805.513,63
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						83,10%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						€ 38,80
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						€ 258.291.313,50
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						€ 52.514.200,13
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						€ 179.908,58
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						€ 8.400.149,02
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 2
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional con precio ¢7.000,00
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
4122	20/02/2011	260.000	¢7.000,00	228.767,20	31.232,80	¢31.154.012,02
4126	20/03/2011	260.000	¢7.000,00	216.344,40	43.655,60	¢31.468.908,39
4131	01/05/2011	268.000	¢7.000,00	229.309,50	38.690,50	¢35.428.424,62
4138	19/06/2011	300.000	¢7.000,00	250.055,40	49.944,60	¢28.373.156,95
4146	15/08/2011	300.000	¢7.000,00	282.560,50	17.439,50	¢30.413.278,08
4151	18/09/2011	300.000	¢7.000,00	241.875,30	58.124,70	¢30.133.916,97
4155	16/10/2011	280.000	¢7.000,00	208.845,00	71.155,00	¢29.974.561,97
4159	13/11/2011	220.000	¢7.000,00	174.817,30	45.182,70	¢50.292.422,02
Total		2.188.000,00		1.832.574,60	355.425,40	¢267.238.681,01
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						83,76%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						¢ 122,14
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						¢ 223.827.613,79
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						¢ 43.411.067,23
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						¢ 229.071,83
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						¢ 33.404.835,13

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 3
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional con precio de €7.000,00
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
4167	08/01/2012	200.000	€7.000,00	177.913,60	22.086,40	€4.735.488,20
4168	15/01/2012	200.000	€7.000,00	182.674,50	17.325,50	€4.735.488,20
4169	22/01/2012	200.000	€7.000,00	181.004,50	18.995,50	€4.735.488,20
4170	29/01/2012	200.000	€7.000,00	178.980,00	21.020,00	€4.735.488,20
4171	05/02/2012	200.000	€7.000,00	176.910,40	23.089,60	€4.735.488,20
4172	12/02/2012	200.000	€7.000,00	174.459,60	25.540,40	€4.735.488,20
4174	26/02/2012	200.000	€7.000,00	169.501,40	30.498,60	€4.735.488,20
4175	04/03/2012	200.000	€7.000,00	172.837,00	27.163,00	€4.735.488,20
4176	11/03/2012	200.000	€7.000,00	170.587,60	29.412,40	€4.735.488,20
4178	25/03/2012	200.000	€7.000,00	166.379,10	33.620,90	€4.735.488,20
4179	01/04/2012	200.000	€7.000,00	168.481,90	31.518,10	€4.735.488,20
4180	15/04/2012	200.000	€7.000,00	167.761,80	32.238,20	€4.793.180,50
4181	22/04/2012	200.000	€7.000,00	162.387,10	37.612,90	€11.490.797,73
4182	29/04/2012	200.000	€7.000,00	165.618,10	34.381,90	€11.490.797,73
4184	13/05/2012	200.000	€7.000,00	166.456,40	33.543,60	€12.080.404,73
4185	20/05/2012	200.000	€7.000,00	166.234,30	33.765,70	€12.080.404,68
4186	27/05/2012	200.000	€7.000,00	161.742,00	38.258,00	€11.789.797,11
4187	03/06/2012	200.000	€7.000,00	167.418,90	32.581,10	€11.789.797,11
4188	10/06/2012	200.000	€7.000,00	165.092,00	34.908,00	€11.402.297,15
4190	24/06/2012	200.000	€7.000,00	163.679,50	36.320,50	€11.614.797,11
4192	08/07/2012	200.000	€7.000,00	165.612,20	34.387,80	€11.614.797,11
4193	15/07/2012	200.000	€7.000,00	169.570,90	30.429,10	€11.614.797,11
4194	22/07/2012	200.000	€7.000,00	164.550,20	35.449,80	€11.614.797,16
4195	29/07/2012	200.000	€7.000,00	158.289,30	41.710,70	€11.402.297,11
4196	05/08/2012	200.000	€7.000,00	163.294,70	36.705,30	€12.032.797,12
4197	12/08/2012	200.000	€7.000,00	163.553,50	36.446,50	€12.032.797,17
4199	26/08/2012	200.000	€7.000,00	158.407,00	41.593,00	€12.032.797,08
4200	02/09/2012	200.000	€7.000,00	162.456,60	37.543,40	€12.032.797,13
4201	09/09/2012	200.000	€7.000,00	154.280,90	45.719,10	€11.402.297,13
4203	23/09/2012	200.000	€7.000,00	155.476,20	44.523,80	€11.564.797,16
4204	30/09/2012	200.000	€7.000,00	160.348,50	39.651,50	€11.564.797,16
4205	07/10/2012	200.000	€7.000,00	157.810,90	42.189,10	€10.670.055,01
4207	21/10/2012	200.000	€7.000,00	149.882,70	50.117,30	€12.677.860,15
4208	28/10/2012	200.000	€7.000,00	150.194,20	49.805,80	€12.515.360,10
4209	04/11/2012	200.000	€7.000,00	150.749,70	49.250,30	€12.515.359,95
4210	11/11/2012	200.000	€7.000,00	148.975,10	51.024,90	€6.712.484,95
4212	25/11/2012	200.000	€7.000,00	140.820,80	59.179,20	€4.704.679,95
Total		7.400.000,00		6.080.393,10	1.319.606,90	€339.328.212,60
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						82,17%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						€ 45,86
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						€ 278.817.421,96
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						€ 60.510.790,64
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						€ 164.334,95
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						€ 9.171.032,77
FI = Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 4
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional con precio de €12.000,00
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
4173	19/02/2012	200.000	€12.000,00	182.750,90	17.249,10	€22.375.538,20
4177	18/03/2012	200.000	€12.000,00	180.945,70	19.054,30	€22.205.913,20
4183	06/05/2012	200.000	€12.000,00	180.713,50	19.286,50	€27.115.688,70
4189	17/06/2012	200.000	€12.000,00	197.584,60	2.415,40	€27.825.081,13
4198	19/08/2012	300.000	€12.000,00	233.506,80	66.493,20	€30.502.144,04
4202	16/09/2012	200.000	€12.000,00	182.098,90	17.901,10	€34.802.549,95
4206	14/10/2012	200.000	€12.000,00	164.265,10	35.734,90	€35.786.849,95
4211	18/11/2012	200.000	€12.000,00	147.467,70	52.532,30	€35.347.549,95
Total		1.700.000,00		1.469.333,20	230.666,80	€235.961.315,12
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						86,43%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						€ 138,80
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						€ 203.944.584,84
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						€ 32.016.730,28
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						€ 183.666,65
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						€ 29.495.164,39
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 5
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional con precio de €8.000,00
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
4218	06/01/2013	200.000	€8.000,00	143.853,80	56.146,20	€4.973.436,47
4219	13/01/2013	200.000	€8.000,00	152.207,90	47.792,10	€4.973.436,47
4220	20/01/2013	200.000	€8.000,00	153.675,50	46.324,50	€4.973.436,47
4221	27/01/2013	200.000	€8.000,00	149.989,10	50.010,90	€4.973.436,47
4222	03/02/2013	200.000	€8.000,00	152.613,10	47.386,90	€4.973.436,47
4223	10/02/2013	200.000	€8.000,00	149.393,10	50.606,90	€5.415.237,56
4225	24/02/2013	200.000	€8.000,00	147.090,20	52.909,80	€5.415.237,56
4226	03/03/2013	200.000	€8.000,00	147.333,50	52.666,50	€5.415.237,56
4227	10/03/2013	200.000	€8.000,00	146.614,50	53.385,50	€5.415.237,56
4229	24/03/2013	200.000	€8.000,00	144.053,50	55.946,50	€5.415.237,56
4230	07/04/2013	200.000	€8.000,00	147.088,30	52.911,70	€18.329.274,42
4231	14/04/2013	200.000	€8.000,00	147.525,10	52.474,90	€18.329.274,42
4232	21/04/2013	200.000	€8.000,00	143.340,00	56.660,00	€18.329.274,43
4233	28/04/2013	200.000	€8.000,00	145.905,40	54.094,60	€18.329.274,43
4235	12/05/2013	200.000	€8.000,00	139.399,50	60.600,50	€18.963.037,77
4236	19/05/2013	200.000	€8.000,00	145.234,50	54.765,50	€18.963.037,77
4237	26/05/2013	200.000	€8.000,00	140.059,60	59.940,40	€18.963.037,77
4238	02/06/2013	200.000	€8.000,00	145.604,30	54.395,70	€19.237.917,62
4239	09/06/2013	200.000	€8.000,00	140.671,40	59.328,60	€19.237.917,62
4241	23/06/2013	200.000	€8.000,00	140.099,70	59.900,30	€19.237.917,55
4242	30/06/2013	200.000	€8.000,00	140.350,80	59.649,20	€19.237.917,58
4244	14/07/2013	200.000	€8.000,00	135.510,00	64.490,00	€19.246.042,59
4245	21/07/2013	200.000	€8.000,00	136.286,10	63.713,90	€19.246.042,77
4246	28/07/2013	200.000	€8.000,00	132.983,70	67.016,30	€19.246.042,59
4247	04/08/2013	200.000	€8.000,00	134.753,30	65.246,70	€19.246.042,61
4248	11/08/2013	200.000	€8.000,00	135.399,90	64.600,10	€19.343.392,57
4250	25/08/2013	200.000	€8.000,00	125.128,20	74.871,80	€19.343.392,58
4251	01/09/2013	200.000	€8.000,00	133.001,60	66.998,40	€19.459.755,09
4252	08/09/2013	200.000	€8.000,00	130.152,10	69.847,90	€19.459.755,07
4254	22/09/2013	200.000	€8.000,00	127.906,10	72.093,90	€19.459.755,23
4255	29/09/2013	200.000	€8.000,00	132.167,70	67.832,30	€19.459.755,16
4256	06/10/2013	200.000	€8.000,00	133.253,90	66.746,10	€19.459.755,28
4257	13/10/2013	200.000	€8.000,00	133.259,60	66.740,40	€19.459.755,21
4259	27/10/2013	200.000	€8.000,00	129.900,60	70.099,40	€19.459.755,23
4260	03/11/2013	200.000	€8.000,00	134.070,40	65.929,60	€6.695.441,96
4261	10/11/2013	200.000	€8.000,00	126.468,60	73.531,40	€6.695.441,96
4263	24/11/2013	200.000	€8.000,00	121.930,50	78.069,50	€8.341.542,31
Total		7.400.000,00		5.164.275,10	2.235.724,90	€532.722.919,75
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						69,79%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						€ 71,99
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						€ 371.774.014,82
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						€ 160.948.904,93
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						€ 139.575,00
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						€ 14.397.916,75

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 6
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional con precio de €12.000,00
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
4224	17/02/2013	200.000	€12.000,00	172.629,40	27.370,60	€38.908.334,97
4228	17/03/2013	200.000	€12.000,00	164.503,00	35.497,00	€38.908.334,97
4234	06/05/2013	200.000	€12.000,00	163.822,30	36.177,70	€56.030.088,36
4253	15/09/2013	200.000	€12.000,00	154.959,60	45.040,40	€58.820.762,77
4258	20/10/2013	200.000	€12.000,00	143.071,60	56.928,40	€58.841.562,82
4262	17/11/2013	200.000	€12.000,00	130.819,70	69.180,30	€60.411.915,28
Total		1.200.000,00		929.805,60	270.194,40	€311.920.999,17
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						77,48%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						€ 259,93
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						€ 241.688.243,15
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						€ 70.232.756,02
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						€ 154.967,60
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						€ 51.986.833,20

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 7
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio €3.000,00
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5615	04/01/2011	200.000	€3.000,00	162.701,00	37.299,00	€305.697,00
5616	07/01/2011	200.000	€3.000,00	168.624,10	31.375,90	€305.697,00
5617	11/01/2011	200.000	€3.000,00	166.271,60	33.728,40	€305.697,00
5618	14/01/2011	200.000	€3.000,00	175.766,30	24.233,70	€305.697,00
5619	18/01/2011	200.000	€3.000,00	168.934,40	31.065,60	€1.512.288,29
5620	21/01/2011	200.000	€3.000,00	177.775,60	22.224,40	€1.512.288,29
5621	25/01/2011	200.000	€3.000,00	164.796,80	35.203,20	€1.512.288,29
5623	01/02/2011	200.000	€3.000,00	168.635,40	31.364,60	€1.512.288,29
5624	04/02/2011	200.000	€3.000,00	175.475,50	24.524,50	€1.512.288,29
5625	08/02/2011	200.000	€3.000,00	165.627,50	34.372,50	€1.512.288,29
5626	11/02/2011	200.000	€3.000,00	172.711,40	27.288,60	€1.512.288,29
5627	15/02/2011	200.000	€3.000,00	164.227,30	35.772,70	€1.512.288,29
5628	18/02/2011	200.000	€3.000,00	171.661,70	28.338,30	€1.578.751,71
5629	22/02/2011	200.000	€3.000,00	162.658,60	37.341,40	€1.578.751,71
5630	25/02/2011	200.000	€3.000,00	170.809,70	29.190,30	€1.578.751,71
5631	01/03/2011	200.000	€3.000,00	164.152,20	35.847,80	€1.578.751,71
5633	08/03/2011	200.000	€3.000,00	159.748,90	40.251,10	€1.578.751,71
5634	11/03/2011	200.000	€3.000,00	169.281,20	30.718,80	€1.578.751,71
5635	15/03/2011	200.000	€3.000,00	162.068,50	37.931,50	€1.578.751,71
5636	18/03/2011	200.000	€3.000,00	167.700,50	32.299,50	€1.578.751,71
5637	22/03/2011	200.000	€3.000,00	157.479,90	42.520,10	€1.578.751,71
5638	25/03/2011	200.000	€3.000,00	166.188,60	33.811,40	€1.578.751,71
5639	29/03/2011	200.000	€3.000,00	156.827,60	43.172,40	€1.578.751,71
5641	05/04/2011	200.000	€3.000,00	159.229,10	40.770,90	€4.234.412,69
5642	08/04/2011	200.000	€3.000,00	168.145,80	31.854,20	€4.234.412,69
5643	13/04/2011	200.000	€3.000,00	166.902,10	33.097,90	€4.234.412,69
5644	15/04/2011	200.000	€3.000,00	164.350,20	35.649,80	€4.234.412,69
5645	19/04/2011	200.000	€3.000,00	153.931,20	46.068,80	€4.234.412,69
5646	26/04/2011	200.000	€3.000,00	162.158,30	37.841,70	€4.234.412,69
5647	29/04/2011	200.000	€3.000,00	167.329,00	32.671,00	€4.234.412,69
5648	03/05/2011	200.000	€3.000,00	160.316,40	39.683,60	€3.138.131,67
5649	06/05/2011	200.000	€3.000,00	167.178,40	32.821,60	€3.026.734,61
5650	10/05/2011	200.000	€3.000,00	156.294,00	43.706,00	€3.261.109,61
5651	13/05/2011	200.000	€3.000,00	165.340,40	34.659,60	€3.261.109,61
5652	17/05/2011	200.000	€3.000,00	159.581,10	40.418,90	€3.261.109,61
5653	20/05/2011	200.000	€3.000,00	165.565,50	34.434,50	€3.261.109,61
5654	24/05/2011	200.000	€3.000,00	155.598,30	44.401,70	€5.034.936,38
5655	27/05/2011	200.000	€3.000,00	163.393,40	36.606,60	€5.034.936,38
5656	31/05/2011	200.000	€3.000,00	159.322,30	40.677,70	€5.034.936,38
5658	07/06/2011	200.000	€3.000,00	158.469,20	41.530,80	€5.037.198,82
5659	10/06/2011	200.000	€3.000,00	164.020,30	35.979,70	€5.037.198,82
5660	14/06/2011	200.000	€3.000,00	155.170,40	44.829,60	€5.037.198,82
5661	17/06/2011	200.000	€3.000,00	163.519,40	36.480,60	€5.037.198,82
5662	21/06/2011	200.000	€3.000,00	154.570,10	45.429,90	€5.037.198,82
5663	24/06/2011	200.000	€3.000,00	161.057,60	38.942,40	€5.037.198,82
5664	05/07/2011	200.000	€3.000,00	156.808,40	43.191,60	€5.164.615,79
5665	08/07/2011	200.000	€3.000,00	164.145,10	35.854,90	€5.046.968,73

Anexo No. 7
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio €3.000,00
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5666	12/07/2011	200.000	€3.000,00	149.871,60	50.128,40	€8.317.283,34
5667	15/07/2011	200.000	€3.000,00	162.122,20	37.877,80	€7.390.573,34
5668	19/07/2011	200.000	€3.000,00	156.862,90	43.137,10	€7.390.573,34
5669	22/07/2011	200.000	€3.000,00	162.745,80	37.254,20	€7.403.735,45
5670	27/07/2011	200.000	€3.000,00	160.235,70	39.764,30	€7.403.735,45
5672	02/08/2011	200.000	€3.000,00	145.541,40	54.458,60	€7.108.828,12
5673	05/08/2011	200.000	€3.000,00	161.658,10	38.341,90	€4.160.256,23
5674	09/08/2011	200.000	€3.000,00	152.013,70	47.986,30	€5.086.966,23
5675	12/08/2011	200.000	€3.000,00	158.751,90	41.248,10	€4.160.256,23
5676	17/08/2011	200.000	€3.000,00	148.859,00	51.141,00	€4.160.256,23
5677	19/08/2011	200.000	€3.000,00	152.650,60	47.349,40	€4.160.256,23
5678	23/08/2011	200.000	€3.000,00	149.963,90	50.036,10	€4.160.256,23
5679	26/08/2011	200.000	€3.000,00	157.795,90	42.204,10	€4.160.256,23
5680	30/08/2011	200.000	€3.000,00	152.276,70	47.723,30	€3.911.041,94
5682	06/09/2011	200.000	€3.000,00	150.077,20	49.922,80	€4.350.420,08
5683	09/09/2011	200.000	€3.000,00	159.599,80	40.400,20	€3.423.710,08
5684	13/09/2011	200.000	€3.000,00	150.867,30	49.132,70	€3.284.821,19
5685	16/09/2011	200.000	€3.000,00	152.230,90	47.769,10	€3.284.821,19
5686	20/09/2011	200.000	€3.000,00	149.728,40	50.271,60	€3.284.821,19
5687	23/09/2011	200.000	€3.000,00	154.573,70	45.426,30	€3.284.821,19
5688	27/09/2011	200.000	€3.000,00	147.356,40	52.643,60	€3.284.821,19
5690	04/10/2011	200.000	€3.000,00	152.274,30	47.725,70	€3.120.100,35
5691	07/10/2011	200.000	€3.000,00	159.486,10	40.513,90	€3.120.100,35
5692	11/10/2011	200.000	€3.000,00	144.197,40	55.802,60	€3.120.100,35
5693	14/10/2011	200.000	€3.000,00	152.502,30	47.497,70	€3.120.100,35
5694	19/10/2011	200.000	€3.000,00	153.706,10	46.293,90	€4.045.750,08
5695	21/10/2011	200.000	€3.000,00	147.325,80	52.674,20	€3.119.040,08
5696	25/10/2011	200.000	€3.000,00	146.261,40	53.738,60	€3.119.040,08
5698	01/11/2011	200.000	€3.000,00	150.065,30	49.934,70	€2.480.323,55
5699	04/11/2011	200.000	€3.000,00	156.993,20	43.006,80	€2.162.959,94
5700	08/11/2011	200.000	€3.000,00	147.837,40	52.162,60	€2.162.959,94
5701	11/11/2011	200.000	€3.000,00	157.652,60	42.347,40	€2.162.959,94
5702	15/11/2011	200.000	€3.000,00	149.254,90	50.745,10	€2.162.959,94
5703	18/11/2011	200.000	€3.000,00	158.561,40	41.438,60	€2.162.959,94
5704	22/11/2011	200.000	€3.000,00	147.895,90	52.104,10	€2.162.959,94
5706	29/11/2011	200.000	€3.000,00	148.878,40	51.121,60	€2.162.959,94
5708	06/12/2011	200.000	€3.000,00	147.454,40	52.545,60	€2.145.987,19
5709	09/12/2011	200.000	€3.000,00	155.209,80	44.790,20	€2.145.987,19
Total		17.000.000,00		13.523.860,10	3.476.139,90	€282.926.903,15
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						79,55%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						€ 16,64
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						€ 225.074.344,52
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						€ 57.852.558,64
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						€ 159.104,24
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						€ 3.328.551,80

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 8
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio ¢4.000,00
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5622	28/01/2011	200.000	¢4.000,00	172.252,90	27.747,10	¢1.512.288,29
5632	04/03/2011	200.000	¢4.000,00	169.940,00	30.060,00	¢1.578.751,71
5640	01/04/2011	200.000	¢4.000,00	166.619,50	33.380,50	¢4.234.412,69
5657	03/06/2011	200.000	¢4.000,00	165.552,90	34.447,10	¢5.037.198,82
5671	29/07/2011	200.000	¢4.000,00	158.062,20	41.937,80	¢6.435.590,29
5681	02/09/2011	200.000	¢4.000,00	158.185,10	41.814,90	¢3.658.085,08
5689	30/09/2011	200.000	¢4.000,00	157.133,40	42.866,60	¢3.284.821,19
5697	28/10/2011	200.000	¢4.000,00	152.638,30	47.361,70	¢2.961.471,53
5707	02/12/2011	200.000	¢4.000,00	161.247,90	38.752,10	¢2.149.797,84
Total		1.800.000,00		1.461.632,20	338.367,80	¢30.852.417,43
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						81,20%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						¢ 17,14
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						¢ 25.052.714,87
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						¢ 5.799.702,56
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						¢ 162.403,58
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						¢ 3.428.046,38
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 9
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio de €3.500,00
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5710	03/01/2012	200.000,00	€3.500,00	149.390,00	50.610,00	€305.697,00
5711	06/01/2012	200.000,00	€3.500,00	158.724,40	41.275,60	€305.697,00
5712	10/01/2012	200.000,00	€3.500,00	159.913,20	40.086,80	€1.999.752,00
5713	13/01/2012	200.000,00	€3.500,00	171.130,00	28.870,00	€1.999.752,00
5714	17/11/2012	200.000,00	€3.500,00	163.327,90	36.672,10	€1.999.752,00
5715	20/01/2012	200.000,00	€3.500,00	172.331,40	27.668,60	€1.999.751,00
5716	24/01/2012	200.000,00	€3.500,00	163.128,90	36.871,10	€1.999.751,00
5717	27/01/2012	200.000,00	€3.500,00	172.052,20	27.947,80	€1.999.751,00
5718	31/01/2011	200.000,00	€3.500,00	164.373,60	35.626,40	€1.999.751,00
5720	07/02/2012	200.000,00	€3.500,00	160.228,30	39.771,70	€1.999.751,00
5721	10/02/2012	200.000,00	€3.500,00	169.154,00	30.846,00	€1.999.751,00
5722	14/02/2012	200.000,00	€3.500,00	160.581,40	39.418,60	€1.999.751,00
5723	17/02/2012	200.000,00	€3.500,00	167.591,80	32.408,20	€1.999.751,00
5724	21/02/2012	200.000,00	€3.500,00	156.712,60	43.287,40	€1.999.751,00
5725	24/02/2012	200.000,00	€3.500,00	164.457,10	35.542,90	€1.999.751,00
5726	28/02/2012	200.000,00	€3.500,00	158.777,50	41.222,50	€1.999.751,00
5727	02/03/2012	200.000,00	€3.500,00	169.101,80	30.898,20	€1.999.751,00
5728	06/03/2012	200.000,00	€3.500,00	157.162,10	42.837,90	€1.999.751,00
5729	09/03/2012	200.000,00	€3.500,00	166.251,40	33.748,60	€1.999.751,00
5730	13/03/2012	200.000,00	€3.500,00	156.752,80	43.247,20	€1.999.751,00
5731	16/03/2012	200.000,00	€3.500,00	165.280,10	34.719,90	€1.999.751,00
5732	20/03/2012	200.000,00	€3.500,00	155.411,80	44.588,20	€1.999.751,00
5733	23/03/2012	200.000,00	€3.500,00	163.055,70	36.944,30	€1.999.751,00
5734	27/03/2012	200.000,00	€3.500,00	152.353,30	47.646,70	€1.999.751,00
5736	03/04/2012	200.000,00	€3.500,00	146.969,50	53.030,50	€1.999.751,00
5737	10/04/2012	200.000,00	€3.500,00	157.310,70	42.689,30	€1.999.751,00
5738	13/04/2012	200.000,00	€3.500,00	161.193,20	38.806,80	€2.011.691,30
5739	17/04/2012	200.000,00	€3.500,00	151.014,50	48.985,50	€4.038.557,74
5740	20/04/2012	200.000,00	€3.500,00	160.326,20	39.673,80	€4.038.557,74
5741	24/04/2012	200.000,00	€3.500,00	149.610,60	50.389,40	€4.038.557,69
5742	27/04/2012	200.000,00	€3.500,00	159.737,20	40.262,80	€4.038.557,74
5743	02/05/2012	200.000,00	€3.500,00	158.732,00	41.268,00	€4.188.429,12
5744	04/05/2012	200.000,00	€3.500,00	155.637,20	44.362,80	€4.188.429,12
5745	08/05/2012	200.000,00	€3.500,00	151.334,00	48.666,00	€4.188.429,12
5746	11/05/2012	200.000,00	€3.500,00	159.815,90	40.184,10	€4.188.429,17
5747	15/05/2012	200.000,00	€3.500,00	153.796,20	46.203,80	€4.188.429,12
5748	18/05/2012	200.000,00	€3.500,00	162.298,70	37.701,30	€4.188.429,12
5749	22/05/2012	200.000,00	€3.500,00	149.348,00	50.652,00	€4.188.429,12
5750	25/05/2012	200.000,00	€3.500,00	155.313,10	44.686,90	€4.240.239,22
5751	29/05/2012	200.000,00	€3.500,00	149.380,90	50.619,10	€4.240.239,21
5753	05/06/2012	200.000,00	€3.500,00	151.630,30	48.369,70	€4.240.239,12
5754	08/06/2012	200.000,00	€3.500,00	159.775,40	40.224,60	€4.240.239,12
5755	12/06/2012	200.000,00	€3.500,00	147.102,10	52.897,90	€4.240.239,12
5756	15/06/2012	200.000,00	€3.500,00	158.486,40	41.513,60	€4.240.239,12
5757	19/06/2012	200.000,00	€3.500,00	149.625,20	50.374,80	€4.240.239,12
5758	22/06/2012	200.000,00	€3.500,00	152.926,00	47.074,00	€4.240.239,12
5759	03/07/2012	200.000,00	€3.500,00	151.133,50	48.866,50	€4.240.239,16

Anexo No. 9
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio de €3.500,00
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5760	06/07/2012	200.000,00	€3.500,00	158.571,40	41.428,60	€4.240.239,19
5761	10/07/2012	200.000,00	€3.500,00	147.056,30	52.943,70	€4.240.239,14
5762	13/07/2012	200.000,00	€3.500,00	160.496,70	39.503,30	€4.240.239,14
5763	17/07/2012	200.000,00	€3.500,00	151.833,90	48.166,10	€4.240.239,16
5764	20/07/2012	200.000,00	€3.500,00	159.739,40	40.260,60	€4.240.239,17
5765	24/07/2012	200.000,00	€3.500,00	146.198,90	53.801,10	€4.240.239,21
5766	27/07/2012	200.000,00	€3.500,00	155.368,00	44.632,00	€4.240.239,17
5767	31/07/2012	200.000,00	€3.500,00	152.611,90	47.388,10	€4.240.239,17
5769	07/08/2012	200.000,00	€3.500,00	144.874,40	55.125,60	€2.213.372,73
5770	10/08/2012	200.000,00	€3.500,00	150.303,70	49.696,30	€2.213.372,73
5771	14/08/2012	200.000,00	€3.500,00	146.855,80	53.144,20	€2.213.372,73
5772	17/08/2012	200.000,00	€3.500,00	148.460,50	51.539,50	€2.213.372,73
5773	21/08/2012	200.000,00	€3.500,00	143.776,90	56.223,10	€2.103.685,12
5774	24/08/2012	200.000,00	€3.500,00	151.296,10	48.703,90	€2.103.685,12
5775	28/08/2012	200.000,00	€3.500,00	143.635,60	56.364,40	€2.103.685,12
5777	04/09/2012	200.000,00	€3.500,00	141.409,50	58.590,50	€2.103.685,12
5778	07/09/2012	200.000,00	€3.500,00	149.443,80	50.556,20	€2.103.685,12
5779	11/09/2012	200.000,00	€3.500,00	137.644,90	62.355,10	€2.103.685,12
5780	14/09/2012	200.000,00	€3.500,00	146.701,50	53.298,50	€2.103.685,12
5781	18/09/2012	200.000,00	€3.500,00	141.236,90	58.763,10	€2.103.685,12
5782	21/09/2012	200.000,00	€3.500,00	149.048,10	50.951,90	€2.103.685,12
5783	25/09/2012	200.000,00	€3.500,00	138.822,50	61.177,50	€2.103.685,12
5785	02/10/2012	200.000,00	€3.500,00	142.927,50	57.072,50	€2.103.685,12
5786	05/10/2012	200.000,00	€3.500,00	151.393,40	48.606,60	€2.103.685,12
5787	09/10/2012	200.000,00	€3.500,00	138.053,40	61.946,60	€2.103.685,12
5788	12/10/2012	200.000,00	€3.500,00	149.732,70	50.267,30	€2.103.685,12
5789	17/10/2012	200.000,00	€3.500,00	145.010,50	54.989,50	€2.103.685,12
5790	19/10/2012	200.000,00	€3.500,00	141.758,10	58.241,90	€2.103.685,12
5791	23/10/2012	200.000,00	€3.500,00	133.770,60	66.229,40	€2.103.685,12
5792	26/10/2012	200.000,00	€3.500,00	144.010,80	55.989,20	€2.103.685,12
5793	30/10/2012	200.000,00	€3.500,00	138.595,80	61.404,20	€2.103.685,12
5795	06/11/2012	200.000,00	€3.500,00	136.391,00	63.609,00	€2.103.685,12
5796	09/11/2012	200.000,00	€3.500,00	142.645,90	57.354,10	€2.103.685,12
5797	13/11/2012	200.000,00	€3.500,00	137.156,60	62.843,40	€2.103.685,12
5798	16/11/2012	200.000,00	€3.500,00	148.779,80	51.220,20	€2.103.685,12
5799	20/11/2012	200.000,00	€3.500,00	135.181,00	64.819,00	€2.103.685,12
5801	27/11/2012	200.000,00	€3.500,00	133.789,10	66.210,90	€2.103.685,12
5802	30/11/2012	200.000,00	€3.500,00	147.557,10	52.442,90	€2.103.685,12
5803	04/12/2012	190.000,00	€3.500,00	135.891,90	54.108,10	€2.103.685,12
Total		17.190.000,00		13.117.772,00	4.072.228,00	€233.827.401,92
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						76,31%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						€ 13,60
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						€ 178.434.819,41
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						€ 55.392.582,51
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						€ 152.532,23
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						€ 2.718.923,28

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 10
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio de ¢4.500,00
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5719	03/02/2012	200.000,00	¢4.500,00	168.685,00	31.315,00	¢1.999.751,00
5735	30/03/2012	200.000,00	¢4.500,00	162.579,80	37.420,20	¢1.999.751,00
5752	01/06/2012	200.000,00	¢4.500,00	160.431,80	39.568,20	¢2.103.685,11
5768	03/08/2012	200.000,00	¢4.500,00	154.825,20	45.174,80	¢2.103.685,12
5776	31/08/2012	200.000,00	¢4.500,00	152.462,50	47.537,50	¢2.103.685,12
5794	02/11/2012	200.000,00	¢4.500,00	145.660,90	54.339,10	¢7.336.289,48
5804	07/12/2012	190.000,00	¢4.500,00	142.890,10	47.109,90	¢2.103.685,02
Total		1.390.000,00		1.087.535,30	302.464,70	¢19.750.531,85
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						78,24%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						¢ 14,21
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						¢ 15.452.806,17
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						¢ 4.297.725,68
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						¢ 155.362,19
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						¢ 2.821.504,55
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 11
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio de ¢4.000,00
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5805	04/01/2013	200.000	¢4.000,00	134.778	65.222	¢1.941.972,57
5806	08/01/2013	200.000	¢4.000,00	134.893	65.107	¢1.941.972,57
5807	11/01/2013	200.000	¢4.000,00	144.424	55.576	¢1.941.972,57
5808	15/01/2013	200.000	¢4.000,00	136.871	63.129	¢1.941.972,57
5809	18/01/2013	200.000	¢4.000,00	148.491	51.509	¢1.941.972,57
5810	22/01/2013	200.000	¢4.000,00	137.157	62.843	¢1.941.972,57
5811	25/01/2013	200.000	¢4.000,00	147.170	52.830	¢1.941.972,57
5812	29/01/2013	200.000	¢4.000,00	137.313	62.687	¢1.941.972,57
5814	05/02/2013	200.000	¢4.000,00	138.013	61.987	¢1.941.972,57
5815	08/02/2013	200.000	¢4.000,00	144.908	55.092	¢1.941.972,57
5816	12/02/2013	200.000	¢4.000,00	134.000	66.000	¢1.941.972,57
5817	15/02/2013	200.000	¢4.000,00	144.568	55.432	¢1.941.972,57
5818	19/02/2013	200.000	¢4.000,00	134.144	65.857	¢2.127.348,84
5819	22/02/2013	200.000	¢4.000,00	142.991	57.009	¢2.127.348,84
5820	26/02/2013	200.000	¢4.000,00	132.200	67.800	¢2.127.348,84
5822	05/03/2013	200.000	¢4.000,00	133.629	66.371	¢2.127.348,84
5823	08/03/2013	200.000	¢4.000,00	141.080	58.920	¢2.127.348,84
5824	12/03/2013	200.000	¢4.000,00	129.859	70.141	¢2.127.348,84
5825	15/03/2013	200.000	¢4.000,00	142.646	57.354	¢2.127.348,84
5826	19/03/2013	200.000	¢4.000,00	131.037	68.963	¢2.127.348,84
5827	22/03/2013	200.000	¢4.000,00	141.258	58.743	¢2.127.348,84
5828	26/03/2013	200.000	¢4.000,00	126.174	73.826	¢2.127.348,84
5829	02/04/2013	200.000	¢4.000,00	136.383	63.617	¢6.964.206,86
5830	05/04/2013	200.000	¢4.000,00	140.010	59.990	¢6.964.206,95
5831	09/04/2013	200.000	¢4.000,00	131.134	68.866	¢6.964.206,93
5832	12/04/2013	200.000	¢4.000,00	137.832	62.168	¢6.964.207,00
5833	16/04/2013	200.000	¢4.000,00	132.600	67.401	¢6.964.206,94
5834	19/04/2013	200.000	¢4.000,00	139.818	60.182	¢6.964.206,94
5835	23/04/2013	200.000	¢4.000,00	130.239	69.761	¢6.964.206,89
5837	30/04/2013	200.000	¢4.000,00	130.106	69.894	¢6.964.206,87
5838	04/05/2013	200.000	¢4.000,00	142.201	57.799	¢6.967.206,90
5839	08/05/2013	200.000	¢4.000,00	131.941	68.059	¢6.967.206,90
5840	10/05/2013	200.000	¢4.000,00	130.201	69.799	¢6.967.206,90
5841	14/05/2013	200.000	¢4.000,00	130.317	69.683	¢6.967.206,80
5842	17/05/2013	200.000	¢4.000,00	140.862	59.138	¢6.967.206,90
5843	21/05/2013	200.000	¢4.000,00	127.123	72.878	¢6.967.206,88
5844	24/05/2013	200.000	¢4.000,00	132.997	67.003	¢6.967.206,85
5845	28/05/2013	200.000	¢4.000,00	125.383	74.618	¢6.967.206,80
5847	05/06/2013	200.000	¢4.000,00	140.358	59.642	¢7.537.791,87
5848	07/06/2013	200.000	¢4.000,00	133.178	66.822	¢7.537.791,93
5849	11/06/2013	200.000	¢4.000,00	124.168	75.832	¢7.537.791,93
5851	18/06/2013	200.000	¢4.000,00	126.302	73.698	¢7.537.791,91
5852	21/06/2013	200.000	¢4.000,00	134.815	65.186	¢7.537.791,93
5853	25/06/2013	200.000	¢4.000,00	120.497	79.503	¢7.537.791,89
5855	09/07/2013	200.000	¢4.000,00	120.604	79.396	¢7.537.791,98
5856	12/07/2013	200.000	¢4.000,00	129.173	70.827	¢7.537.791,92
5857	16/07/2013	200.000	¢4.000,00	122.572	77.428	¢7.537.791,90
5858	19/07/2013	200.000	¢4.000,00	131.852	68.148	¢7.537.791,98
5859	23/07/2013	200.000	¢4.000,00	121.895	78.105	¢7.537.791,93

Anexo No. 11
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio de ¢4.000,00
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5860	26/07/2013	200.000	¢4.000,00	126.616	73.384	¢7.537.791,93
5861	30/07/2013	200.000	¢4.000,00	123.321	76.679	¢7.537.791,87
5863	06/08/2013	200.000	¢4.000,00	146.426	53.574	¢7.813.324,09
5864	09/08/2013	200.000	¢4.000,00	132.116	67.884	¢6.737.354,32
5865	13/08/2013	200.000	¢4.000,00	139.110	60.890	¢7.813.324,12
5866	16/08/2013	200.000	¢4.000,00	124.439	75.561	¢6.737.354,26
5867	20/08/2013	200.000	¢4.000,00	114.506	85.494	¢7.813.324,11
5868	23/08/2013	200.000	¢4.000,00	114.864	85.136	¢6.737.354,18
5869	27/08/2013	200.000	¢4.000,00	126.831	73.169	¢7.813.324,04
5871	03/09/2013	200.000	¢4.000,00	137.159	62.841	¢7.685.105,72
5872	06/09/2013	200.000	¢4.000,00	128.157	71.843	¢6.609.135,86
5873	10/09/2013	200.000	¢4.000,00	128.422	71.578	¢7.685.105,70
5874	13/09/2013	200.000	¢4.000,00	127.586	72.414	¢6.609.135,91
5875	17/09/2013	200.000	¢4.000,00	135.838	64.162	¢7.685.105,62
5876	20/09/2013	200.000	¢4.000,00	131.346	68.655	¢6.620.749,96
5877	24/09/2013	200.000	¢4.000,00	131.572	68.428	¢7.685.105,57
5878	27/09/2013	200.000	¢4.000,00	130.058	69.942	¢6.620.749,94
5879	01/10/2013	200.000	¢4.000,00	133.356	66.644	¢7.685.105,70
5881	08/10/2013	200.000	¢4.000,00	131.777	68.223	¢7.692.082,33
5882	11/10/2013	200.000	¢4.000,00	126.749	73.252	¢6.627.726,55
5883	15/10/2013	200.000	¢4.000,00	134.625	65.375	¢7.692.082,33
5884	18/10/2013	200.000	¢4.000,00	132.548	67.452	¢6.627.726,52
5885	22/10/2013	200.000	¢4.000,00	126.526	73.474	¢6.684.749,03
5886	25/10/2013	200.000	¢4.000,00	127.053	72.947	¢6.627.726,46
5887	29/10/2013	200.000	¢4.000,00	129.184	70.816	¢7.692.082,21
5889	05/11/2013	200.000	¢4.000,00	131.563	68.438	¢2.893.939,02
5890	08/11/2013	200.000	¢4.000,00	130.062	69.938	¢2.821.389,74
5891	12/11/2013	200.000	¢4.000,00	126.873	73.127	¢2.902.714,96
5892	15/11/2013	200.000	¢4.000,00	131.304	68.696	¢2.821.389,75
5893	19/11/2013	200.000	¢4.000,00	127.096	72.904	¢2.902.714,92
5894	22/11/2013	200.000	¢4.000,00	128.627	71.373	¢2.821.389,81
5895	26/11/2013	200.000	¢4.000,00	121.268	78.732	¢2.902.715,45
5897	03/12/2013	200.000	¢4.000,00	130.571	69.429	¢2.902.714,82
5898	06/12/2013	200.000	¢4.000,00	133.484	66.516	¢2.821.389,72
Total		16.600.000,00		10.983.194,70	5.616.805,30	¢445.804.957,24
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						66,16%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						¢ 26,86
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						¢ 294.961.505,04
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						¢ 150.843.352,20
Promedio ¢ de Billetes Vendidos por Sorteo						¢ 132.327,65
Promedio ¢ de Gasto Publicidad por Sorteo						¢ 5.371.144,06

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 12
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular con precio de ₡5.000,00
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
5813	01/02/2013	200.000	₡5.000,00	150.962	49.038	₡1.941.972,57
5821	01/03/2013	200.000	₡5.000,00	144.765	55.235	₡2.127.348,84
5836	26/04/2013	200.000	₡5.000,00	196.607	3.393	₡37.785.339,31
5846	31/05/2013	200.000	₡5.000,00	194.042	5.958	₡38.148.339,28
5850	14/06/2013	200.000	₡5.000,00	174.596	25.404	₡38.568.924,37
5854	28/06/2013	200.000	₡5.000,00	139.037	60.963	₡7.537.791,92
5862	02/08/2013	200.000	₡5.000,00	127.601	72.399	₡6.737.354,28
5870	30/08/2013	200.000	₡5.000,00	129.868	70.132	₡6.736.413,48
5880	04/10/2013	200.000	₡5.000,00	134.524	65.476	₡6.579.075,10
5888	01/11/2013	200.000	₡5.000,00	134.085	65.915	₡2.792.269,81
Total		2.000.000,00		1.526.086,30	473.913,70	₡148.954.828,96
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						76,30%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						₡ 74,48
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						₡ 113.658.961,90
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						₡ 35.295.867,06
Promedio de Billetes Vendidos por Sorteo						₡ 152.608,63
Promedio de Gasto Publicidad por Sorteo						₡ 14.895.482,90
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 13
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Domingos
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1590	09/01/2011	12000	¢1.000,00	8.632,00	3.368,00	-
1595	16/01/2011	12000	¢1.000,00	9.452,10	2.547,90	¢295.699,84
1600	23/01/2011	12000	¢1.000,00	9.053,40	2.946,60	¢295.699,84
1605	30/01/2011	12000	¢1.000,00	9.120,70	2.879,30	¢295.699,84
1610	06/02/2011	12000	¢1.000,00	9.393,30	2.606,70	¢295.699,84
1615	13/02/2011	12000	¢1.000,00	9.540,10	2.459,90	¢295.699,84
1620	20/02/2011	12000	¢1.000,00	9.632,50	2.367,50	¢295.699,84
1625	27/02/2011	12000	¢1.000,00	8.919,20	3.080,80	¢295.699,84
1630	06/03/2011	12000	¢1.000,00	9.436,20	2.563,80	¢295.699,84
1635	13/03/2011	12000	¢1.000,00	9.347,00	2.653,00	¢295.699,84
1640	20/03/2011	12000	¢1.000,00	9.072,70	2.927,30	¢295.699,84
1645	27/03/2011	12000	¢1.000,00	8.854,30	3.145,70	¢295.699,84
1650	03/04/2011	12000	¢1.000,00	10.015,70	1.984,30	¢295.699,84
1655	10/04/2011	12000	¢1.000,00	9.751,30	2.248,70	¢295.699,84
1659	17/04/2011	12000	¢1.000,00	10.016,80	1.983,20	¢295.699,84
1665	01/05/2011	12000	¢1.000,00	9.724,00	2.276,00	-
1670	08/05/2011	12000	¢1.000,00	9.543,20	2.456,80	-
1675	15/05/2011	12000	¢1.000,00	9.431,70	2.568,30	¢282.640,85
1680	22/05/2011	12000	¢1.000,00	9.054,20	2.945,80	¢282.640,85
1685	29/05/2011	12000	¢1.000,00	9.225,30	2.774,70	¢282.640,85
1690	05/06/2011	12000	¢1.000,00	9.132,10	2.867,90	¢282.640,85
1695	12/06/2011	12000	¢1.000,00	9.169,20	2.830,80	¢282.640,85
1700	19/06/2011	12000	¢1.000,00	9.654,60	2.345,40	¢282.640,85
1705	26/06/2011	12000	¢1.000,00	9.091,80	2.908,20	¢282.640,85
1708	03/07/2011	12000	¢1.000,00	8.032,60	3.967,40	¢282.640,85
1713	10/07/2011	12000	¢1.000,00	8.858,80	3.141,20	¢282.640,85
1718	17/07/2011	12000	¢1.000,00	9.188,60	2.811,40	¢282.640,85
1723	24/07/2011	12000	¢1.000,00	9.077,30	2.922,70	¢282.640,85
1727	31/07/2011	12000	¢1.000,00	9.203,30	2.796,70	¢282.640,85
1732	07/08/2011	12000	¢1.000,00	9.191,10	2.808,90	¢282.640,85
1737	15/08/2011	12000	¢1.000,00	9.898,70	2.101,30	¢282.640,85
1741	21/08/2011	12000	¢1.000,00	8.784,40	3.215,60	¢282.640,85
1746	28/08/2011	12000	¢1.000,00	8.651,90	3.348,10	¢282.640,85
1751	04/09/2011	12000	¢1.000,00	9.374,00	2.626,00	¢282.640,85
1756	11/09/2011	12000	¢1.000,00	9.037,50	2.962,50	¢282.640,85
1761	18/09/2011	12000	¢1.000,00	9.106,00	2.894,00	¢282.640,85
1766	25/09/2011	12000	¢1.000,00	8.678,50	3.321,50	¢282.640,85
1771	02/10/2011	12000	¢1.000,00	9.352,00	2.648,00	¢282.640,85
1776	09/10/2011	12000	¢1.000,00	9.288,70	2.711,30	¢282.640,85
1781	16/10/2011	12000	¢1.000,00	9.371,60	2.628,40	¢282.640,85
1785	23/10/2011	12000	¢1.000,00	8.699,00	3.301,00	¢282.640,85
1790	30/10/2011	12000	¢1.000,00	9.340,50	2.659,50	¢282.640,85
1795	06/11/2011	12000	¢1.000,00	9.417,60	2.582,40	¢282.640,85
1800	13/11/2011	12000	¢1.000,00	8.760,10	3.239,90	¢282.640,85
1805	20/11/2011	12000	¢1.000,00	9.643,00	2.357,00	¢282.640,85

Anexo No. 13
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Domingos
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1810	27/11/2011	12000	₡1.000,00	9.017,70	2.982,30	₡282.640,85
1815	04/12/2011	12000	₡1.000,00	9.597,00	2.403,00	₡282.640,85
1820	11/12/2011	12000	₡1.000,00	9.333,80	2.666,20	₡282.640,85
Total		576.000,00		443.167,10	132.832,90	₡12.901.664,23
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						76,94%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						₡ 22,40
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						₡ 9.926.376,95
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						₡ 2.975.287,28
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 14
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Martes
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1586	04/01/2011	24000	¢1.000,00	18.060,50	5.939,50	-
1591	11/01/2011	24000	¢1.000,00	18.242,90	5.757,10	-
1596	18/01/2011	24000	¢1.000,00	19.622,70	4.377,30	¢295.699,84
1601	25/01/2011	24000	¢1.000,00	19.129,90	4.870,10	¢295.699,84
1606	01/02/2011	24000	¢1.000,00	20.029,70	3.970,30	¢295.699,84
1611	08/02/2011	24000	¢1.000,00	19.489,00	4.511,00	¢295.699,84
1616	15/02/2011	24000	¢1.000,00	19.659,60	4.340,40	¢295.699,84
1621	22/02/2011	24000	¢1.000,00	18.690,70	5.309,30	¢295.699,84
1626	01/03/2011	24000	¢1.000,00	19.819,50	4.180,50	¢295.699,84
1631	08/03/2011	24000	¢1.000,00	19.194,30	4.805,70	¢295.699,84
1636	15/03/2011	24000	¢1.000,00	19.741,20	4.258,80	¢295.699,84
1641	22/03/2011	24000	¢1.000,00	19.050,10	4.949,90	¢295.699,84
1646	29/03/2011	24000	¢1.000,00	18.773,50	5.226,50	¢295.699,84
1651	05/04/2011	24000	¢1.000,00	20.238,70	3.761,30	¢295.699,84
1656	13/04/2011	24000	¢1.000,00	21.183,00	2.817,00	¢295.699,84
1660	19/04/2011	24000	¢1.000,00	19.402,20	4.597,80	¢295.699,84
1661	26/04/2011	24000	¢1.000,00	20.036,40	3.963,60	¢295.699,84
1666	03/05/2011	24000	¢1.000,00	20.196,40	3.803,60	-
1671	10/05/2011	24000	¢1.000,00	19.291,50	4.708,50	-
1676	17/05/2011	24000	¢1.000,00	20.127,10	3.872,90	¢282.640,85
1681	24/05/2011	24000	¢1.000,00	19.321,60	4.678,40	¢282.640,85
1686	31/05/2011	24000	¢1.000,00	19.760,70	4.239,30	¢282.640,85
1691	07/06/2011	24000	¢1.000,00	19.521,30	4.478,70	¢282.640,85
1696	14/06/2011	24000	¢1.000,00	19.153,20	4.846,80	¢282.640,85
1701	21/06/2011	24000	¢1.000,00	18.713,90	5.286,10	¢282.640,85
1709	05/07/2011	24000	¢1.000,00	18.157,50	5.842,50	¢282.640,85
1714	12/07/2011	24000	¢1.000,00	17.609,00	6.391,00	¢282.640,85
1719	19/07/2011	24000	¢1.000,00	18.869,50	5.130,50	¢282.640,85
1724	27/07/2011	24000	¢1.000,00	19.294,30	4.705,70	¢282.640,85
1728	02/08/2011	24000	¢1.000,00	16.279,20	7.720,80	¢282.640,85
1733	09/08/2011	24000	¢1.000,00	18.816,00	5.184,00	¢282.640,85
1738	17/08/2011	24000	¢1.000,00	17.965,30	6.034,70	¢282.640,85
1742	23/08/2011	24000	¢1.000,00	17.616,00	6.384,00	¢282.640,85
1747	30/08/2011	24000	¢1.000,00	18.583,70	5.416,30	¢282.640,85
1752	06/09/2011	24000	¢1.000,00	18.674,00	5.326,00	¢282.640,85
1757	13/09/2011	24000	¢1.000,00	18.841,30	5.158,70	¢282.640,85
1762	20/09/2011	24000	¢1.000,00	18.048,90	5.951,10	¢282.640,85
1767	27/09/2011	24000	¢1.000,00	18.050,30	5.949,70	¢282.640,85
1772	04/10/2011	24000	¢1.000,00	19.957,00	4.043,00	¢282.640,85
1777	11/10/2011	24000	¢1.000,00	17.903,60	6.096,40	¢282.640,85
1782	19/10/2011	24000	¢1.000,00	19.676,20	4.323,80	¢282.640,85
1786	25/10/2011	24000	¢1.000,00	18.098,10	5.901,90	¢282.640,85
1791	01/11/2011	24000	¢1.000,00	18.912,10	5.087,90	¢282.640,85
1796	08/11/2011	24000	¢1.000,00	18.090,20	5.909,80	¢282.640,85
1801	15/11/2011	24000	¢1.000,00	18.054,50	5.945,70	¢282.640,85

Anexo No. 14
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Martes
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1806	22/11/2011	24000	¢1.000,00	18.409,00	5.591,00	¢282.640,85
1811	29/11/2011	24000	¢1.000,00	18.272,00	5.728,00	¢282.640,85
1816	06/12/2011	24000	¢1.000,00	18.963,70	5.036,30	¢282.640,85
Total		1.152.000,00		909.590,80	242.409,20	¢12.632.082,36
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						78,96%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						¢ 10,97
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						¢ 9.973.980,82
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						¢ 2.658.101,54
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 15
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Viernes
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1588	07/01/2011	25600	Q1.000,00	19.490,50	6.109,50	-
1593	14/01/2011	25600	Q1.000,00	20.862,00	4.738,00	-
1598	21/01/2011	25600	Q1.000,00	21.749,00	3.851,00	Q295.699,84
1603	28/01/2011	25600	Q1.000,00	21.558,60	4.041,40	Q295.699,84
1608	04/02/2011	25600	Q1.000,00	21.936,00	3.664,00	Q295.699,84
1613	11/02/2011	25600	Q1.000,00	20.743,80	4.856,20	Q295.699,84
1618	18/02/2011	25600	Q1.000,00	21.557,10	4.042,90	Q295.699,84
1623	25/02/2011	25600	Q1.000,00	20.629,70	4.970,30	Q295.699,84
1628	04/03/2011	25600	Q1.000,00	21.759,30	3.840,70	Q295.699,84
1633	11/03/2011	25600	Q1.000,00	21.077,30	4.522,70	Q295.699,84
1638	18/03/2011	25600	Q1.000,00	21.551,80	4.048,20	Q295.699,84
1643	25/03/2011	25600	Q1.000,00	21.302,20	4.297,80	Q295.699,84
1648	01/04/2011	25600	Q1.000,00	21.491,70	4.108,30	Q295.699,84
1653	08/04/2011	25600	Q1.000,00	22.171,90	3.428,10	Q295.699,84
1657	15/04/2011	25600	Q1.000,00	21.411,60	4.188,40	Q295.699,84
1663	29/04/2011	25600	Q1.000,00	22.046,90	3.553,10	Q295.699,84
1668	06/05/2011	25600	Q1.000,00	22.177,90	3.422,10	-
1673	13/05/2011	25600	Q1.000,00	21.138,90	4.461,10	-
1678	20/05/2011	25600	Q1.000,00	21.465,70	4.134,30	Q282.640,85
1683	27/05/2011	25600	Q1.000,00	20.602,80	4.997,20	Q282.640,85
1688	03/06/2011	25600	Q1.000,00	22.027,60	3.572,40	Q282.640,85
1693	10/06/2011	25600	Q1.000,00	20.943,30	4.656,70	Q282.640,85
1698	17/06/2011	25600	Q1.000,00	20.954,70	4.645,30	Q282.640,85
1703	24/06/2011	25600	Q1.000,00	20.643,40	4.956,60	Q282.640,85
1711	08/07/2011	25600	Q1.000,00	20.034,60	5.565,40	Q282.640,85
1716	15/07/2011	25600	Q1.000,00	20.165,70	5.434,30	Q282.640,85
1721	22/07/2011	25600	Q1.000,00	20.394,90	5.205,10	Q282.640,85
1725	29/07/2011	25600	Q1.000,00	20.104,20	5.495,80	Q282.640,85
1730	05/08/2011	25600	Q1.000,00	20.983,90	4.616,10	Q282.640,85
1735	12/08/2011	25600	Q1.000,00	20.372,80	5.227,20	Q282.640,85
1739	19/08/2011	25600	Q1.000,00	18.975,50	6.624,50	Q282.640,85
1744	26/08/2011	25600	Q1.000,00	19.277,10	6.322,90	Q282.640,85
1749	02/09/2011	25600	Q1.000,00	20.508,70	5.091,30	Q282.640,85
1754	09/09/2011	25600	Q1.000,00	20.420,60	5.179,40	Q282.640,85
1759	16/09/2011	25600	Q1.000,00	18.901,60	6.698,40	Q282.640,85
1764	23/09/2011	25600	Q1.000,00	19.184,10	6.415,90	Q282.640,85
1769	30/09/2011	25600	Q1.000,00	20.338,40	5.261,60	Q282.640,85
1774	07/10/2011	25600	Q1.000,00	20.753,50	4.846,50	Q282.640,85
1779	14/10/2011	25600	Q1.000,00	19.480,20	6.119,80	Q282.640,85
1783	21/10/2011	25600	Q1.000,00	18.929,40	6.670,60	Q282.640,85
1788	28/10/2011	25600	Q1.000,00	19.434,00	6.166,00	Q282.640,85
1793	04/11/2011	25600	Q1.000,00	21.002,20	4.597,80	Q282.640,85
1798	11/11/2011	25600	Q1.000,00	19.949,20	5.650,80	Q282.640,85
1803	18/11/2011	25600	Q1.000,00	20.253,60	5.346,40	Q282.640,85
1808	25/11/2011	25600	Q1.000,00	20.082,40	5.517,60	Q282.640,85

Anexo No. 15
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Viernes
Periodo 2011

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1813	02/12/2011	25600	₡1.000,00	20.916,70	4.683,30	₡282.640,85
1818	09/12/2011	25600	₡1.000,00	20.527,30	5.072,70	₡282.640,85
Total		1.203.200,00		972.284,30	230.915,70	₡12.336.382,52
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						80,81%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						₡ 10,25
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						₡ 9.968.809,05
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						₡ 2.367.573,48
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 16
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Domingos
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1891		12000	₡1.000,00	9.036,10	2.963,90	₡759.922,01
1898		12000	₡1.000,00	10.069,80	1.930,20	₡759.922,01
1905		12000	₡1.000,00	9.930,50	2.069,50	₡759.922,01
1912		12000	₡1.000,00	10.011,20	1.988,80	₡759.922,01
1919		12000	₡1.000,00	10.026,30	1.973,70	₡759.922,01
1926		12000	₡1.000,00	9.763,50	2.236,50	₡759.922,01
1933		12000	₡1.000,00	9.900,60	2.099,40	₡759.922,01
1940		12000	₡1.000,00	9.429,00	2.571,00	₡759.922,01
1947		12000	₡1.000,00	9.953,80	2.046,20	₡757.222,01
1954		12000	₡1.000,00	9.735,20	2.264,80	₡757.222,01
1961		12000	₡1.000,00	10.060,20	1.939,80	₡757.222,01
1968		12000	₡1.000,00	9.606,10	2.393,90	₡757.222,01
1975		12000	₡1.000,00	10.186,20	1.813,80	₡757.222,01
1984		12000	₡1.000,00	9.872,70	2.127,30	₡757.222,01
1991		12000	₡1.000,00	9.655,70	2.344,30	₡757.222,01
1998		12000	₡1.000,00	9.941,20	2.058,80	₡757.222,05
2004		12000	₡1.000,00	10.039,30	1.960,70	₡757.222,05
2011		12000	₡1.000,00	10.104,80	1.895,20	₡757.222,05
2018		12000	₡1.000,00	10.269,10	1.730,90	₡757.222,05
2025		12000	₡1.000,00	9.546,70	2.453,30	₡745.306,02
2032		12000	₡1.000,00	10.105,70	1.894,30	₡790.583,80
2039		12000	₡1.000,00	10.028,70	1.971,30	₡790.583,80
2046		12000	₡1.000,00	10.884,80	1.115,20	₡790.583,80
2053		12000	₡1.000,00	9.698,50	2.301,50	₡790.583,80
2058		12000	₡1.000,00	9.653,30	2.346,70	₡790.583,80
2065		12000	₡1.000,00	9.667,90	2.332,10	₡790.583,80
2072		12000	₡1.000,00	10.426,00	1.574,00	₡790.583,80
2079		12000	₡1.000,00	9.777,70	2.222,30	₡790.583,80
2086		12000	₡1.000,00	8.840,50	3.159,50	₡790.583,80
2093		12000	₡1.000,00	9.914,90	2.085,10	₡790.583,80
2100		12000	₡1.000,00	9.733,10	2.266,90	₡790.583,80
2107		12000	₡1.000,00	9.605,10	2.394,90	₡790.583,80
2114		12000	₡1.000,00	9.559,20	2.440,80	₡790.583,80
2121		12000	₡1.000,00	9.801,80	2.198,20	₡790.583,80
2128		12000	₡1.000,00	9.225,50	2.774,50	₡790.583,80
2135		12000	₡1.000,00	9.793,40	2.206,60	₡790.583,80
2142		12000	₡1.000,00	9.320,20	2.679,80	₡790.583,80
2149		12000	₡1.000,00	9.665,90	2.334,10	₡790.583,80
2156		12000	₡1.000,00	9.605,70	2.394,30	₡790.583,80
2163		12000	₡1.000,00	9.447,80	2.552,20	₡790.583,80
2169		12000	₡1.000,00	9.278,00	2.722,00	₡790.583,77
2176		12000	₡1.000,00	9.457,60	2.542,40	₡790.583,82

Anexo No. 16
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Domingos
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2183		12000	¢1.000,00	9.808,30	2.191,70	¢790.583,77
2190		12000	¢1.000,00	9.501,90	2.498,10	¢790.583,77
2197		12000	¢1.000,00	9.760,50	2.239,50	¢790.583,80
2204		12000	¢1.000,00	8.910,10	3.089,90	¢790.583,82
2211		12000	¢1.000,00	9.687,20	2.312,80	¢790.583,82
2218		12000	¢1.000,00	9.509,10	2.490,90	¢790.583,82
Total		576.000,00		467.806,40	108.193,60	¢37.290.470,76
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						81,22%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						¢ 64,74
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						¢ 30.285.973,75
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						¢ 7.004.497,01
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 17
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Martes
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1886		24000	¢1.000,00	17.977,10	6.022,90	¢70.200,00
1893		24000	¢1.000,00	19.060,10	4.939,90	¢759.922,01
1900		24000	¢1.000,00	20.695,30	3.304,70	¢759.922,01
1907		24000	¢1.000,00	19.770,50	4.229,50	¢759.922,01
1914		24000	¢1.000,00	20.469,50	3.530,50	¢759.922,01
1921		24000	¢1.000,00	20.038,10	3.961,90	¢759.922,01
1928		24000	¢1.000,00	19.973,90	4.026,10	¢759.922,01
1935		24000	¢1.000,00	19.732,80	4.267,20	¢759.922,01
1942		24000	¢1.000,00	20.009,60	3.990,40	¢759.922,01
1949		24000	¢1.000,00	20.036,20	3.963,80	¢757.222,01
1956		24000	¢1.000,00	19.898,60	4.101,40	¢757.222,01
1963		24000	¢1.000,00	19.916,80	4.083,20	¢757.222,01
1970		24000	¢1.000,00	19.540,50	4.459,50	¢757.222,01
1977		24000	¢1.000,00	18.621,70	5.378,30	¢757.222,01
1979		24000	¢1.000,00	20.024,70	3.975,30	¢757.222,01
1986		24000	¢1.000,00	19.467,00	4.533,00	¢757.222,01
1993		24000	¢1.000,00	18.936,10	5.063,90	¢757.222,01
2000		24000	¢1.000,00	20.370,70	3.629,30	¢757.222,05
2006		24000	¢1.000,00	19.652,70	4.347,30	¢757.222,05
2013		24000	¢1.000,00	20.103,10	3.896,90	¢757.222,05
2020		24000	¢1.000,00	19.794,40	4.205,60	¢745.306,02
2027		24000	¢1.000,00	19.874,80	4.125,20	¢745.306,02
2034		24000	¢1.000,00	20.266,10	3.733,90	¢790.583,80
2041		24000	¢1.000,00	19.045,50	4.954,50	¢790.583,80
2048		24000	¢1.000,00	20.164,50	3.835,50	¢790.583,80
2060		24000	¢1.000,00	19.971,40	4.028,60	¢790.583,80
2067		24000	¢1.000,00	19.107,80	4.892,20	¢790.583,80
2074		24000	¢1.000,00	19.871,30	4.128,70	¢790.583,80
2081		24000	¢1.000,00	18.756,90	5.243,10	¢790.583,80
2088		24000	¢1.000,00	20.146,90	3.853,10	¢790.583,80
2095		24000	¢1.000,00	19.054,00	4.946,00	¢790.583,80
2102		24000	¢1.000,00	19.931,70	4.068,30	¢790.583,80
2109		24000	¢1.000,00	19.125,40	4.874,60	¢790.583,80
2116		24000	¢1.000,00	19.092,60	4.907,40	¢790.583,80
2123		24000	¢1.000,00	19.275,30	4.724,70	¢790.583,80
2130		24000	¢1.000,00	18.377,70	5.622,30	¢790.583,80
2137		24000	¢1.000,00	19.257,10	4.742,90	¢790.583,80
2144		24000	¢1.000,00	18.545,80	5.454,20	¢790.583,80
2151		24000	¢1.000,00	19.472,30	4.527,70	¢790.583,80
2158		24000	¢1.000,00	18.144,40	5.855,60	¢790.583,75
2165		24000	¢1.000,00	19.454,40	4.545,60	¢790.583,80
2171		24000	¢1.000,00	17.630,60	6.369,40	¢790.583,82

Anexo No. 17
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Martes
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2178		24000	¢1.000,00	18.704,80	5.295,20	¢790.583,82
2185		24000	¢1.000,00	18.602,80	5.397,20	¢790.583,82
2192		24000	¢1.000,00	18.931,30	5.068,70	¢790.583,80
2199		24000	¢1.000,00	18.318,90	5.681,10	¢790.583,85
2206		24000	¢1.000,00	18.942,10	5.057,90	¢790.583,82
2213		24000	¢1.000,00	20.237,90	3.762,10	¢790.583,76
Total		1.152.000,00		932.393,70	219.606,30	¢36.524.809,19
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						80,94%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						¢ 31,71
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						¢ 29.562.067,69
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						¢ 6.962.741,50
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 18
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Viernes
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
1889		25600	₡1.000,00	19.218,30	6.381,70	₡70.200,00
1896		25600	₡1.000,00	21.442,40	4.157,60	₡759.922,01
1903		25600	₡1.000,00	21.543,90	4.056,10	₡759.922,01
1910		25600	₡1.000,00	21.089,10	4.510,90	₡759.922,01
1917		25600	₡1.000,00	22.074,80	3.525,20	₡759.922,01
1924		25600	₡1.000,00	21.790,20	3.809,80	₡759.922,01
1931		25600	₡1.000,00	22.189,20	3.410,80	₡759.922,01
1938		25600	₡1.000,00	21.272,20	4.327,80	₡759.922,01
1945		25600	₡1.000,00	22.361,80	3.238,20	₡757.222,01
1952		25600	₡1.000,00	22.003,90	3.596,10	₡757.222,01
1959		25600	₡1.000,00	22.404,80	3.195,20	₡757.222,01
1966		25600	₡1.000,00	21.731,20	3.868,80	₡757.222,01
1973		25600	₡1.000,00	22.383,60	3.216,40	₡757.222,01
1982		25600	₡1.000,00	21.213,20	4.386,80	₡757.222,01
1989		25600	₡1.000,00	20.987,00	4.613,00	₡757.222,01
1996		25600	₡1.000,00	21.471,00	4.129,00	₡757.222,01
2002		25600	₡1.000,00	21.845,90	3.754,10	₡757.222,05
2009		25600	₡1.000,00	21.570,70	4.029,30	₡757.222,05
2016		25600	₡1.000,00	22.530,00	3.070,00	₡757.222,05
2023		25600	₡1.000,00	21.049,70	4.550,30	₡745.306,02
2030		25600	₡1.000,00	22.489,00	3.111,00	₡790.583,80
2037		25600	₡1.000,00	21.408,00	4.192,00	₡790.583,80
2044		25600	₡1.000,00	21.695,50	3.904,50	₡790.583,80
2051		25600	₡1.000,00	20.826,60	4.773,40	₡790.583,80
2063		25600	₡1.000,00	21.394,10	4.205,90	₡790.583,80
2070		25600	₡1.000,00	21.435,60	4.164,40	₡790.583,80
2077		25600	₡1.000,00	21.110,00	4.490,00	₡790.583,80
2084		25600	₡1.000,00	20.662,20	4.937,80	₡790.583,80
2091		25600	₡1.000,00	21.018,50	4.581,50	₡790.583,80
2098		25600	₡1.000,00	19.709,70	5.890,30	₡790.583,80
2105		25600	₡1.000,00	20.623,00	4.977,00	₡790.583,80
2112		25600	₡1.000,00	20.703,70	4.896,30	₡790.583,80
2119		25600	₡1.000,00	21.404,60	4.195,40	₡790.583,80
2126		25600	₡1.000,00	20.934,60	4.665,40	₡790.583,80
2133		25600	₡1.000,00	20.807,10	4.792,90	₡790.583,80
2140		25600	₡1.000,00	20.561,00	5.039,00	₡790.583,80
2147		25600	₡1.000,00	22.736,00	2.864,00	₡790.583,80
2154		25600	₡1.000,00	20.709,60	4.890,40	₡790.583,75
2161		25600	₡1.000,00	19.953,10	5.646,90	₡790.583,80
2167		25600	₡1.000,00	19.677,50	5.922,50	₡790.583,82
2174		25600	₡1.000,00	19.812,10	5.787,90	₡790.583,77
2181		25600	₡1.000,00	20.621,80	4.978,20	₡790.583,77

Anexo No. 18
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Viernes
Periodo 2012

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2188		25600	₡1.000,00	19.626,50	5.973,50	₡790.583,85
2195		25600	₡1.000,00	21.116,50	4.483,50	₡790.583,85
2202		25600	₡1.000,00	20.541,60	5.058,40	₡790.583,85
2209		25600	₡1.000,00	21.271,20	4.328,80	₡790.583,77
2216		25600	₡1.000,00	21.517,70	4.082,30	₡790.583,80
Total		1.203.200,00		996.539,70	206.660,30	₡35.810.164,95
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						82,82%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						₡ 29,76
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						₡ 29.659.450,66
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						₡ 6.150.714,29

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 19
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Domingos
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2230		12000	₡1.000,00	7.761,80	4.238,20	₡704.672,33
2233		12000	₡1.000,00	8.224,50	3.775,50	₡704.672,32
2236		12000	₡1.000,00	8.702,20	3.297,80	₡704.672,32
2239		12000	₡1.000,00	9.655,50	2.344,50	₡704.672,32
2242		12000	₡1.000,00	9.775,40	2.224,60	₡704.672,32
2245		12000	₡1.000,00	9.550,70	2.449,30	₡704.672,32
2248		12000	₡1.000,00	9.764,60	2.235,40	₡704.672,32
2251		12000	₡1.000,00	9.220,60	2.779,40	₡704.672,32
2254		12000	₡1.000,00	9.636,20	2.363,80	₡704.672,32
2257		12000	₡1.000,00	9.644,40	2.355,60	₡704.672,32
2260		12000	₡1.000,00	9.889,10	2.110,90	₡704.672,32
2263		12000	₡1.000,00	9.418,90	2.581,10	₡704.672,32
2267		12000	₡1.000,00	9.407,40	2.592,60	₡704.672,32
2270		12000	₡1.000,00	9.190,90	2.809,10	₡704.672,32
2273		12000	₡1.000,00	8.943,80	3.056,20	₡704.672,32
2276		12000	₡1.000,00	9.206,40	2.793,60	₡704.672,32
2279		12000	₡1.000,00	9.784,00	2.216,00	₡704.672,32
2282		12000	₡1.000,00	8.605,60	3.394,40	₡704.672,32
2285		12000	₡1.000,00	9.483,00	2.517,00	₡704.672,32
2288		12000	₡1.000,00	8.942,90	3.057,10	₡704.672,32
2291		12000	₡1.000,00	10.046,30	1.953,70	₡408.163,25
2294		12000	₡1.000,00	9.151,50	2.848,50	₡408.163,25
2297		12000	₡1.000,00	9.616,00	2.384,00	₡408.163,25
2300		12000	₡1.000,00	9.115,10	2.884,90	₡408.163,25
2303		12000	₡1.000,00	9.111,50	2.888,50	₡408.163,30
2304		12000	₡1.000,00	8.842,00	3.158,00	₡408.163,25
2307		12000	₡1.000,00	9.044,00	2.956,00	₡408.163,25
2310		12000	₡1.000,00	8.922,40	3.077,60	₡408.163,25
2313		12000	₡1.000,00	8.728,40	3.271,60	₡408.163,30
2316		12000	₡1.000,00	8.975,50	3.024,50	₡485.086,33
2319		12000	₡1.000,00	8.986,30	3.013,70	₡485.086,33
2322		12000	₡1.000,00	9.030,20	2.969,80	₡485.086,38
2325		12000	₡1.000,00	8.005,30	3.994,70	₡485.086,33
2328		12000	₡1.000,00	9.122,40	2.877,60	₡485.086,38
2331		12000	₡1.000,00	8.693,70	3.306,30	₡485.086,33
2334		12000	₡1.000,00	9.195,60	2.804,40	₡485.086,37
2337		12000	₡1.000,00	8.467,00	3.533,00	₡485.086,32
2340		12000	₡1.000,00	8.740,50	3.259,50	₡485.086,32
2343		12000	₡1.000,00	8.906,20	3.093,80	₡600.000,00
2346		12000	₡1.000,00	8.785,20	3.214,80	₡600.000,00
2349		12000	₡1.000,00	8.850,60	3.143,40	₡600.000,00
2352		12000	₡1.000,00	8.588,60	3.411,40	₡600.000,00

Anexo No. 19
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Domingos
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2355		12000	¢1.000,00	9.330,30	2.669,70	¢600.000,00
2358		12000	¢1.000,00	8.807,20	3.192,80	¢600.000,00
2361		12000	¢1.000,00	9.071,80	2.928,20	¢600.000,00
2364		12000	¢1.000,00	8.402,00	3.598,00	¢600.000,00
2367		12000	¢1.000,00	8.944,90	3.055,10	¢600.000,00
2370		12000	¢1.000,00	8.999,80	3.000,20	¢600.000,00
Total		576.000,00		435.294,20	140.705,80	¢28.132.692,77
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						75,57%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						¢ 48,84
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						¢ 21.260.413,18
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						¢ 6.872.279,59

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 20
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Martes
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2231		24000	¢1.000,00	16.733,10	7.266,90	¢704.672,33
2234		24000	¢1.000,00	18.291,10	5.708,90	¢704.672,32
2237		24000	¢1.000,00	18.590,80	5.409,20	¢704.672,32
2240		24000	¢1.000,00	19.252,10	4.747,90	¢704.672,32
2243		24000	¢1.000,00	19.193,30	4.806,70	¢704.672,32
2246		24000	¢1.000,00	18.057,90	5.942,10	¢704.672,32
2249		24000	¢1.000,00	18.659,40	5.340,60	¢704.672,32
2252		24000	¢1.000,00	18.394,90	5.605,10	¢704.672,32
2255		24000	¢1.000,00	19.370,50	4.629,50	¢704.672,32
2258		24000	¢1.000,00	18.574,10	5.425,90	¢704.672,32
2261		24000	¢1.000,00	19.584,10	4.415,90	¢704.672,32
2264		24000	¢1.000,00	17.697,70	6.302,30	¢704.672,32
2265		24000	¢1.000,00	19.446,50	4.553,50	¢704.672,32
2268		24000	¢1.000,00	18.978,60	5.021,40	¢704.672,32
2271		24000	¢1.000,00	19.402,30	4.597,70	¢704.672,32
2274		24000	¢1.000,00	18.302,60	5.697,40	¢704.672,32
2277		24000	¢1.000,00	18.452,30	5.547,70	¢704.672,32
2280		24000	¢1.000,00	19.117,60	4.882,40	¢704.672,32
2283		24000	¢1.000,00	18.596,90	5.403,10	¢704.672,32
2286		24000	¢1.000,00	18.301,50	5.698,50	¢704.672,32
2289		24000	¢1.000,00	17.054,20	6.945,80	¢704.672,32
2292		24000	¢1.000,00	19.583,00	4.417,00	¢408.163,25
2295		24000	¢1.000,00	17.356,40	6.643,60	¢408.163,25
2298		24000	¢1.000,00	17.728,40	6.271,60	¢408.163,25
2301		24000	¢1.000,00	16.714,20	7.285,80	¢408.163,30
2305		24000	¢1.000,00	16.543,50	7.456,50	¢408.163,25
2308		24000	¢1.000,00	18.139,70	5.860,30	¢408.163,25
2311		24000	¢1.000,00	18.085,70	5.914,30	¢408.163,30
2314		24000	¢1.000,00	17.636,10	6.363,90	¢408.163,25
2317		24000	¢1.000,00	17.459,40	6.540,60	¢485.086,33
2320		24000	¢1.000,00	17.397,30	6.602,70	¢485.086,33
2323		24000	¢1.000,00	10.943,60	13.056,40	¢485.086,38
2326		24000	¢1.000,00	15.359,70	8.640,30	¢485.086,38
2329		24000	¢1.000,00	16.993,30	7.006,70	¢485.086,33
2332		24000	¢1.000,00	15.330,60	8.669,40	¢485.086,38
2335		24000	¢1.000,00	16.371,90	7.628,10	¢485.086,32
2338		24000	¢1.000,00	16.122,30	7.877,70	¢485.086,32
2341		24000	¢1.000,00	16.977,50	7.022,50	¢600.000,00
2344		24000	¢1.000,00	17.068,00	6.932,00	¢600.000,00
2347		24000	¢1.000,00	17.038,90	6.961,10	¢600.000,00
2350		24000	¢1.000,00	15.073,80	8.926,20	¢600.000,00
2353		24000	¢1.000,00	16.322,30	7.677,70	¢600.000,00

Anexo No. 20
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Martes
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2356		24000	₡1.000,00	16.702,70	7.297,30	₡600.000,00
2359		24000	₡1.000,00	15.915,30	8.084,70	₡600.000,00
2362		24000	₡1.000,00	16.063,40	7.936,60	₡600.000,00
2365		24000	₡1.000,00	15.527,80	8.472,20	₡600.000,00
2368		24000	₡1.000,00	17.518,50	6.481,50	₡600.000,00
Total		1.128.000,00		822.024,80	305.975,20	₡27.944.115,52
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						72,87%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						₡ 24,77
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						₡ 20.364.145,36
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						₡ 7.579.970,15

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 21
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Viernes
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2229		25600	₡1.000,00	15.053,30	10.546,70	₡704.672,33
2232		25600	₡1.000,00	18.969,20	6.630,80	₡704.672,32
2235		25600	₡1.000,00	20.222,10	5.377,90	₡704.672,32
2238		25600	₡1.000,00	20.598,90	5.001,10	₡704.672,32
2241		25600	₡1.000,00	22.055,70	3.544,30	₡704.672,32
2244		25600	₡1.000,00	20.336,60	5.263,40	₡704.672,32
2247		25600	₡1.000,00	20.548,70	5.051,30	₡704.672,32
2250		25600	₡1.000,00	20.914,90	4.685,10	₡704.672,32
2253		25600	₡1.000,00	21.880,20	3.719,80	₡704.672,32
2256		25600	₡1.000,00	20.864,30	4.735,70	₡704.672,32
2259		25600	₡1.000,00	21.468,00	4.132,00	₡704.672,32
2262		25600	₡1.000,00	21.194,00	4.406,00	₡704.672,32
2266		25600	₡1.000,00	21.073,80	4.526,20	₡704.672,32
2269		25600	₡1.000,00	20.069,10	5.530,90	₡704.672,32
2272		25600	₡1.000,00	20.836,70	4.763,30	₡704.672,32
2278		25600	₡1.000,00	17.647,40	7.952,60	₡704.672,32
2281		25600	₡1.000,00	18.533,10	7.066,90	₡704.672,32
2284		25600	₡1.000,00	20.830,80	4.769,20	₡704.672,32
2287		25600	₡1.000,00	19.012,60	6.587,40	₡704.672,32
2293		25600	₡1.000,00	19.520,60	6.079,40	₡408.163,25
2299		25600	₡1.000,00	19.219,50	6.380,50	₡408.163,25
2302		25600	₡1.000,00	19.421,50	6.178,50	₡408.163,30
2306		25600	₡1.000,00	18.561,40	7.038,60	₡408.163,25
2309		25600	₡1.000,00	19.703,10	5.896,90	₡408.163,25
2312		25600	₡1.000,00	19.135,80	6.464,20	₡408.163,30
2315		25600	₡1.000,00	17.554,10	8.045,90	₡485.086,33
2318		25600	₡1.000,00	18.961,20	6.638,80	₡485.086,33
2321		25600	₡1.000,00	17.807,90	7.792,10	₡485.085,33
2324		25600	₡1.000,00	14.843,20	10.756,80	₡485.085,38
2327		25600	₡1.000,00	18.739,50	6.860,50	₡485.085,38
2330		25600	₡1.000,00	18.898,90	6.701,10	₡485.085,33
2333		25600	₡1.000,00	19.024,20	6.575,80	₡485.085,37
2336		25600	₡1.000,00	19.119,10	6.480,90	₡485.085,32
2339		25600	₡1.000,00	18.876,30	6.723,70	₡485.085,32
2342		25600	₡1.000,00	19.690,40	5.909,60	₡600.000,00
2345		25600	₡1.000,00	18.465,90	7.134,10	₡600.000,00
2348		25600	₡1.000,00	19.734,60	5.865,40	₡600.000,00
2351		25600	₡1.000,00	18.683,30	6.916,70	₡600.000,00
2354		25600	₡1.000,00	19.831,30	5.768,70	₡600.000,00
2357		25600	₡1.000,00	19.150,50	6.449,50	₡600.000,00
2360		25600	₡1.000,00	19.591,50	6.008,50	₡600.000,00
2363		25600	₡1.000,00	18.880,30	6.719,70	₡600.000,00

Anexo No. 21
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Tiempos Impresos Viernes
Periodo 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Billetes Vendidos	Billetes Destruídos	Gasto Publicidad
2366		25600	₡1.000,00	19.376,10	6.223,90	₡600.000,00
2369		25600	₡1.000,00	19.570,00	6.030,00	₡600.000,00
Total		1.126.400,00		854.469,60	271.930,40	₡26.203.530,70
Porcentaje Billetes Vendidos sobre la Emisión						75,86%
Gasto Publicidad por Billeto Emitido						₡ 23,26
Gasto Publicidad en Billetes Vendidos						₡ 19.877.592,68
Gasto Publicidad en Billetes Destruídos						₡ 6.325.938,02
Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.						

Anexo No. 22
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional
Sorteo Gordito
Periodos del 2011 al 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Colocados	Publicidad
4140	03/07/2011	450.000	€12.000,00	432.021,20	€67.449.660,79
4191	01/07/2012	500.000	€15.000,00	409.966,20	€65.510.756,82
4243	07/07/2013	400.000	€20.000,00	287.710,50	€83.646.885,44

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 23
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional
Sorteo Vacunación
Periodos del 2011 al 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Colocados	Publicidad
4162	04/12/2011	220.000	€5.000,00	181.227,20	€7.735.246,80
4213	02/12/2012	200.000	€5.000,00	174.811,80	€4.646.987,60
4264	01/12/2013	200.000	€5.000,00	167.542,20	€7.272.995,38

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 24
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional
Sorteo Persona Joven
Periodos del 2011 al 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Colocados	Publicidad
4163	11/12/2011	220.000	€5.000,00	167.109,00	€7.659.056,32
4214	09/12/2012	200.000	€5.000,00	162.419,50	€4.646.987,60
4265	08/12/2013	200.000	€5.000,00	156.885,70	€7.272.995,38

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 25
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional
Sorteo Gordo Navideño
Periodos del 2011 al 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Colocados	Publicidad
4164	18/12/2011	500.000	€60.000,00	383.836,63	€211.070.351,75
4215	16/12/2012	480.000	€60.000,00	395.754,78	€295.796.685,53
4266	15/12/2013	400.000	€60.000,00	339.959,18	€266.860.467,87

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 26
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional
Sorteo Primero Consolación
Periodos del 2011 al 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Colocados	Publicidad
4165	24/12/2011	500.000	₡12.000,00	493.583,70	₡14.359.042,73
4216	23/12/2012	500.000	₡12.000,00	470.476,25	₡7.633.179,60
4267	22/12/2013	500.000	₡15.000,00	477.956,00	₡9.186.813,83

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 27
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Nacional
Sorteo Segundo Consolación
Periodos del 2011 al 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Colocados	Publicidad
4166	31/12/2011	300.000	₡10.000,00	299.948,25	₡14.359.042,73
4217	30/12/2012	300.000	₡10.000,00	287.737,75	₡4.885.679,00
4268	29/12/2013	300.000	₡12.000,00	284.140,90	₡9.089.463,82

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 28
Comparativo Billetes y Publicidad
Lotería Popular
Sorteo Viernes Negro
Periodos del 2011 al 2013

Sorteo	Fecha	Emisión	Precio	Colocados	Publicidad
5705	25/11/2011	200.000	₡6.000,00	176.757,90	₡19.756.342,02
5800	23/11/2012	200.000	₡7.000,00	176.660,00	₡29.404.357,12
5896	29/11/2013	200.000	₡8.000,00	161.281,00	₡38.582.796,52

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo No. 29
Resumen del Comparativo Billetes y Publicidad

	2011	2012	2013	Total
Lotería Nacional:				
Billetes Emitidos	12.388.000,00	11.280.000,00	11.000.000,00	34.668.000,00
Billetes Vendidos	10.446.918,08	9.450.892,58	8.143.981,38	28.041.792,04
% Crecimiento Bill. Vend. Año Anter.		-9,53%	-13,83%	
% Crecimiento Bill. Vend. Año Base			-22,04%	
Billetes Destruídos	1.941.081,92	1.829.107,42	2.856.018,62	6.626.207,96
% Crecimiento Bill. Destr. Año Anter.		-5,77%	56,14%	
% Crecimiento Bill. Destr. Año Base			47,14%	
% Bill. Vend S/ Emitidos Año Actual	84,33%	83,78%	74,04%	80,72%
% Bill. Vend S/ Emitidos Año Base		76,29%	65,74%	
Gasto Publicidad Total	€900.676.595,77	€958.409.803,87	€1.343.237.338,55	€3.202.323.738,19
% Crecimien Gasto Public Año Anter.		6,41%	40,15%	
% Crecimien Gasto Public Año Base			49,14%	
Promedio Publicidad S/ Emisión	€72,71	€84,97	€122,11	€93,26
Publicidad en Billetes Destruídos	141.127.466,57	155.410.858,48	348.755.531,82	645.293.856,86
% Crecim. Public Bill. Destr Año Ant.		10,12%	124,41%	
% Crecim. Public Bill. Destr Año Base			147,12%	
Lotería Popular:				
Billetes Emitidos	19.000.000,00	18.980.000,00	18.800.000,00	56.780.000,00
Billetes Vendidos	15.162.250,20	14.581.217,30	12.670.562,00	42.414.029,50
% Crecimiento Bill. Vend. Año Anter.		-3,83%	-13,10%	
% Crecimiento Bill. Vend. Año Base			-16,43%	
Billetes Destruídos	3.837.749,80	4.398.782,70	6.129.438,00	14.365.970,50
% Crecimiento Bill. Destr. Año Anter.		14,62%	39,34%	
% Crecimiento Bill. Destr. Año Base			59,71%	
% Bill. Vend S/ Emitidos Año Actual	79,80%	76,82%	67,40%	74,67%
% Bill. Vend S/ Emitidos Año Base		76,74%	66,69%	
Gasto Publicidad Total	€333.535.662,61	€327.802.916,17	€633.342.582,72	€1.294.681.161,50
% Crecimien Gasto Public Año Anter.		-1,72%	93,21%	
% Crecimien Gasto Public Año Base			89,89%	
Promedio Publicidad S/ Emisión	€17,55	€17,27	€33,69	€22,84
Publicidad en Billetes Destruídos	67.369.811,71	75.971.222,16	206.491.175,19	349.832.209,06
% Crecim. Public Bill. Destr Año Ant.		12,77%	171,80%	
% Crecim. Public Bill. Destr Año Base			206,50%	
Lotería Tiempos Impresos:				
Billetes Emitidos	2.931.200,00	2.931.200,00	2.830.400,00	8.692.800,00
Billetes Vendidos	2.325.042,20	2.396.739,80	2.111.788,60	6.833.570,60
% Crecimiento Bill. Vend. Año Anter.		3,08%	-11,89%	
% Crecimiento Bill. Vend. Año Base			-9,17%	
Billetes Destruídos	606.157,80	534.460,20	718.611,40	1.859.229,40
% Crecimiento Bill. Destr. Año Anter.		-11,83%	34,46%	
% Crecimiento Bill. Destr. Año Base			18,55%	
% Bill. Vend S/ Emitidos Año Actual	79,32%	81,77%	74,61%	78,57%
% Bill. Vend S/ Emitidos Año Base		81,77%	72,05%	
Gasto Publicidad Total	€37.870.129,12	€109.625.444,90	€82.280.338,99	€229.775.913,01
% Crecimien Gasto Public Año Anter.		189,48%	-24,94%	
% Crecimien Gasto Public Año Base			117,27%	
Promedio Publicidad S/ Emisión	€12,92	€37,40	€29,07	€26,46
Publicidad en Billetes Destruídos	7.831.357,18	19.988.549,81	20.890.188,52	48.710.095,51
% Crecim. Public Bill. Destr Año Ant.		155,24%	4,51%	
% Crecim. Public Bill. Destr Año Base			166,75%	
Total General:				
Billetes Emitidos	34.319.200,00	33.191.200,00	32.630.400,00	100.140.800,00
Billetes Vendidos	27.934.210,48	26.428.849,68	22.926.331,98	77.289.392,14
% Crecimiento Bill. Vend. Año Anter.		-5,39%	-13,25%	
% Crecimiento Bill. Vend. Año Base			-17,93%	
Billetes Destruídos	6.384.989,52	6.762.350,32	9.704.068,02	22.851.407,86
% Crecimiento Bill. Destr. Año Anter.		5,91%	43,50%	
% Crecimiento Bill. Destr. Año Base			51,98%	
% Bill. Vend S/ Emitidos Año Actual	81,40%	79,63%	70,26%	77,18%
% Bill. Vend S/ Emitidos Año Base		77,01%	66,80%	
Gasto Publicidad Total	€1.272.082.387,50	€1.395.838.165,79	€2.058.860.260,26	€4.726.780.812,70
% Crecimien Gasto Public Año Anter.		9,73%	47,50%	
% Crecimien Gasto Public Año Base			61,85%	
Promedio Publicidad S/ Emisión	€37,07	€42,05	€63,10	€47,20
Publicidad en Billetes Destruídos	216.328.635,45	251.370.630,45	576.136.895,53	1.043.836.161,43
% Crecim. Public Bill. Destr Año Ant.		16,20%	129,20%	
% Crecim. Public Bill. Destr Año Base			166,32%	

Fi: Sistema de Liquidaciones y Sistema de Presupuesto.

Anexo N° 30

Presupuesto de Inversión Publicitaria 2012

LOTERIA NACIONAL				
	<u>Radio/Television</u>	<u>Otros medios</u>	<u>PATROCINIOS</u>	<u>TOTAL</u>
PAUTA				
Campaña Ordinarios				
Transmisión de Lotería Nacional (Canal13)enero-febrero	10.779.040,00			10.779.040,00
Transmisión de Lotería Nacional (Canal13)marzo	5.389.520,00			5.389.520,00
Transmisión de Lotería Nacional (Canal 13)abril	5.389.520,00			5.389.520,00
Transmisión de Lotería Nacional (Canal 13)MAYO-DICI	54.232.045,00			54.232.045,00
PRODU. Y TRANSM.RUEDA DE LA FORTUNA(enero-mayo)	64.374.055,00			64.374.055,00
PRODU. Y TRANSM.RUEDA DE LA FORTUNA(junio-diciem)	96.022.519,83			96.022.519,83
Transmisión Lotería Nacional(diciembre 2011)	6.736.900,00			6.736.900,00
Cadena Racial Costarricense(20 de abril al 30 abril)	500.355,00			500.355,00
Cadena de Emisoras Columbia(20 abril al 30 abril)	817.500,00			817.500,00
Ideas y Creatividad (20 de abril al 30 abril)	272.718,00			272.718,00
Central de Radios (20 de abril al 30 abril)	1.000.000,00			1.000.000,00
Canal 7(20 de aril al 30 abril)	15.000.000,00			15.000.000,00
Repretel (20 abril al 30 abril)	5.439.000,00			5.439.000,00
Amnet Cable (20 de abril al 30 abril)	714.285,70			714.285,70
Canal 13(20 de abril al 30 abril)	1.493.052,00			1.493.052,00
La Extra (Abril)		1.509.600,00		1.509.600,00
Grupo Nación (Abril)		927.000,00		927.000,00
Interacción Diecisiete(20 abril al 30 abril)		843.257,00		843.257,00
Interamericana Medios (20 abril al 30 abril)		780.000,00		780.000,00
SM Representaciones (20 abril al 30 abril)		545.454,55		545.454,55
Cadena Racial Costarricense(01 mayo al 31 mayo)	1.337.130,00			1.337.130,00
Cadena de Emisoras Columbia(01 mayo al 31 mayo)	1.071.000,00			1.071.000,00
Ideas y Creatividad (01 mayo al 31 mayo)	409.077,00			409.077,00
Central de Radios (01 mayo al 31 mayo)	1.000.000,00			1.000.000,00
Canal 7(01 mayo al 31 mayo)	3.746.400,00			3.746.400,00
Repretel (01 mayo al 31 mayo)	5.226.000,00			5.226.000,00

Anexo N° 31

Diferencias encontradas en el Presupuesto de Inversión Publicitaria 2011/2013

Período 2011:

PROVEEDOR Y DESCRIPCIÓN	CONTROL PRESUPUESTARIO S/COMPROMISO	AJUSTE O REBAJO	MONTO REAL	REPORTADO POR MERCADEREO
Canal 7: Premios especiales, 11 julio al 24 octubre, OC N° 2040	€ 4,997,750.00	€ 58,775.00	€ 4,938,975.00	€4,960,500.00 (*)
Central de Radios Premios especiales, del 11 de julio al 9 de setiembre, OC N° 2033 del 11/07.	€ 5,001,000.00	€ 500.00	€5,000,500.00	€5,001,000.00
La Nación: Culturas 14/10 y Constitución 11/11, OC 2931 del 20/09	€ 1,849,686.00	€76,586.00	€1,773,100.00	€ 1,849,686.00
La Nación: Gordo navideño, 30 noviembre, OC N° 4570 del 25/11	€ 7,800,000.00		€ 7,800,000.00	€0.00

(*) Diferencia por €21,525.00; la cual se encuentra en F-66582-36394, por un monto de €2,018,000.00 ya que en la ejecución está por €1,996,475.00.

Período 2012

PROVEEDOR Y DESCRIPCIÓN	CONTROL PRESUPUESTARIO	AJUSTE	MONTO REAL	REPORTADO POR MERCADEO
La Nación:	€8,137,902.00	€1,195,952.00	€6,941,950.00	€7,060,101.00 (**)
Los Sorteos Día de la Madre, Día Independencia, Día de las Culturas y Discapacidad. OC-N° 3077				
Al Día, La Teja (La Nación): Pauta Publicitaria Sorteo Extraordinario Gordo Navideño del 19 de Noviembre al 15 de Diciembre 2012. OC N° 5955	€15,788,800.00	€683,525.00	€15,105,275.00	€15,106,400.00

(**) Diferencia por €118,151.00. Esta se encuentra en el sorteo del Día de las Culturas, dado que en la ejecución está registrada por un monto de €2,031,500.00 y Mercadeo lo registra por €2,149,651.00.

Período 2013:

PROVEEDOR Y DESCRIPCIÓN	CONTROL PRESUPUESTARIO	AJUSTE	MONTO REAL	REPORTADO POR MERCADEO
Canal 7:	€19,898,585.00		€19,898,585.00	€20,000,000.00 (***)
Gordo Navideño. OC N° 4236				
La Nación: Día de la Madre, Independencia, Culturas e Discapacidad. OC N° 2671	€ 6,244,000.00	€ 146,000.00	€6,098,000.00	€6.244,000.00

(***) Mercadeo deja nota con montos €9,766,840.00 + €10,131,745.00.

Anexo N° 32

Índices Económicos

Últimas proyecciones del FMI				
(crecimiento del PIB real, variación porcentual anual)				
	2013	2014	2015	2016
		Est.	Proyecciones	
América del Norte				
Canadá	2,0	2,5	2,2	2,0
Estados Unidos	2,2	2,4	3,1	3,1
México	1,4	2,1	3,0	3,3
América del Sur				
Argentina	2,9	0,5	-0,3	0,1
Bolivia	6,8	5,4	4,3	4,3
Brasil	2,7	0,1	-1,0	1,0
Chile	4,3	1,8	2,7	3,3
Colombia	4,9	4,6	3,4	3,7
Ecuador	4,6	3,6	1,9	3,6
Guyana	5,2	3,8	3,8	4,4
Paraguay	14,2	4,4	4,0	4,0
Perú	5,8	2,4	3,8	5,0
Suriname	4,1	2,9	2,7	3,8
Uruguay	4,4	3,3	2,8	2,9
Venezuela	1,3	-4,0	-7,0	-4,0
América Central				
Belice	1,5	3,4	2,0	3,0
Costa Rica	3,4	3,5	3,8	4,4
El Salvador	1,7	2,0	2,5	2,6
Guatemala	3,7	4,0	4,0	3,9
Honduras	2,8	3,1	3,3	3,4
Nicaragua	4,4	4,5	4,6	4,3
Panamá	8,4	6,2	6,1	6,4
El Caribe				
Antigua y Barbuda	1,8	2,4	1,9	2,3
Las Bahamas	0,7	1,3	2,3	2,8
Barbados	0,0	-0,3	0,8	1,4
Dominica	-0,9	1,1	2,4	2,9
Granada	2,4	1,5	1,5	2,0
Haití	4,2	2,7	3,3	3,8
Jamaica	0,2	0,5	1,7	2,2
República Dominicana	4,8	7,3	5,1	4,5
Saint Kitts y Nevis	3,8	7,0	3,5	3,0
Santa Lucía	-0,5	-1,1	1,8	1,4
San Vicente y las Granadinas	2,4	1,1	2,1	3,1
Trinidad y Tobago	1,7	1,1	1,2	1,5
América Latina y el Caribe	2,9	1,3	0,9	2,0

Fuentes: FMI, *Prospectivas de la economía mundial* (informe WEO), y cálculos y proyecciones del personal técnico del FMI.

Nota: Los agregados regionales se calculan como promedios ponderados por el PIB en función de la PPA, salvo que se indique lo contrario.

Fi: Web Fondo Monetario Internacional

<http://www.imf.org/external/Spanish/pubs/ft/survey/so/2015/CAR042915AS.htm>

Revisión del crecimiento económico de Costa Rica

VI revisa al alza el crec... X

imiento-economico-Costa_Rica_0_169183083.html

PARA LA ECONOMÍA GLOBAL POR EL CONTRARIO LA PROYECCIÓN DISMINUYE

FMI revisa al alza el crecimiento económico de Costa Rica

Recomendar 32 Twitter 18 in share +1 0

POR GABRIELA MAYORGA LÓPEZ / gabriela.mayorga@elfinancierocr.com / 09 OCT 2012, 11:14 AM

El Fondo Monetario Internacional (FMI) dio a conocer hoy su documento "Perspectivas de la Economía Mundial a octubre 2012" (o WEO, por sus siglas en inglés), el cual incluye una **revisión de pronósticos a la baja para el contexto mundial**. Según la nueva proyección la **economía global crecerá a un ritmo del 3,3% para este año y a un 3,6% para el 2013**. Sin embargo, para Costa Rica y otro grupo de países en desarrollo la situación es distinta.

Para el caso nacional la revisión ha sido al alza. Mientras en abril pasado el mismo documento proyectaba un crecimiento de la economía al 2012 de 4,0%, y al 2013 de 4,2%, hoy se proyecta un dinamismo de la producción de un **4,8% para el 2012 y de 4,3% para el 2013**. Cifras iguales a las proyecciones que tiene el Banco Central de Costa Rica.

Costa Rica incluso supera en dinamismo al conjunto de América Latina que según el fondo proyecta un Producto Interno bruto (PIB) que crecerá aproximadamente 3,25% en el segundo semestre de 2012, y que se prevé se acelerará a 4,7% en el curso del segundo semestre de 2013.

El buen comportamiento de la economía nacional, según el Banco Central, se explica en una buena parte por las exportaciones de la industria manufacturera, que al cierre del 2011 y a inicios del 2012, fueron muy dinámicas. **En adelante, sin embargo, el Central espera una desaceleración.**

Para el mundo el crecimiento se revisa a la baja por parte del FMI; un pronóstico que se explica debido a la reducida tasa de crecimiento y la incertidumbre en las economías avanzadas, donde la situación de Europa sigue causando miedo. **Las economías emergentes —China, India, Rusia y Brasil— en su conjunto también afectadas por el contexto mundial pasaron de un proyección de crecimiento de 6,2% el año pasado a un 5,3%.**

Las proyecciones toman en consideración que el crecimiento del volumen del comercio mundial se contraerá a 3,2% este año, frente a 5,8% el año pasado y 12,6% en 2010, **lo que evidencia que habrá menos dinamismo de las exportaciones**. Un factor que el FMI reconoce como sorprendentemente poderoso y responsable en



FINANZAS / 09 OCT 2012 / Fondo Monetario Internacional (FMI) revisa a la baja crecimiento de la economía mundial

F i: Web El Financiero

http://www.elfinancierocr.com/finanzas/FMI-crecimiento-economico-costa_rica_0_169183083.html