



## **INFORME N° JPS-CdS-08-2020**

Estudio de opinión dirigido a los Socios  
Comerciales de la Junta de Protección Social  
(Unidad de Pago de Premios)

Junta de Protección Social

Contraloría de Servicios

---

Setiembre, 2020

## ÍNDICE O TABLA DE CONTENIDO

<b>I PARTE: MARCO METODOLÓGICO</b> .....	1
1.1 Antecedentes del estudio .....	1
1.2 Objetivos del estudio .....	2
1.3 Alcance .....	3
1.4 Tipo de estudio .....	4
1.5 Población de interés .....	4
1.6 Unidad informante .....	5
1.7 Tamaño de la muestra .....	5
1.8 Recopilación de datos .....	5
1.9 Técnicas de recolección de información .....	6
1.10 Procesamiento de datos.....	6
<b>II PARTE: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS</b> .....	7
2.1 Resultados del estudio de opinión dirigido a Socios Comerciales .....	7
<b>III PARTE. CONCLUSIONES</b> .....	34
<b>IV PARTE. SUGERENCIAS</b> .....	39
<b>V PARTE. ANEXOS</b> .....	43
Anexo N°1 Cuestionario aplicado.....	44
Anexo N° 2 Oficio JPS-GG-GO-PP-859-2020, del 4 de agosto de 2020.....	48
Anexo N°3 Listado de Socios Comerciales .....	49
Anexo N°4 Consultas a la Unidad de Pago de Premios .....	50
Anexo N°5 Plan de Mejora y Cronograma .....	52

### MARCO METODOLÓGICO

#### 1.1 Antecedentes del estudio

En cumplimiento del programa de trabajo de la Contraloría de Servicios, como órgano asesor, encargado de supervisar y garantizar el derecho de las personas usuarios de los servicios que brinda la Junta de Protección Social de forma ágil y eficiente establecido en la normativa<sup>1</sup> vigente, se estableció para el tercer trimestre del 2020, según PAO, el realizar un estudio de opinión a los Socios Comerciales.

Por consiguiente, de acuerdo con la normativa vigente, rige el "Convenio para constituirse Socio Comercial de la Junta de Protección Social" emitida por el Departamento de Ventas de la Gerencia de Operaciones. Esta figura es parte de lo que se estableció en la Desconcentración de los Servicios de la Junta de Protección Social que tenía como meta llevar los productos más cerca a los clientes a precio oficial y brindar el servicio de pago de premios por medio de sistemas institucionales y sin cobrar al ganador ningún tipo de comisión por el servicio brindado.

De lo anterior, el estudio de opinión del servicio al cliente dirigido al Socio Comercial pretende verificar la calidad de los servicios que brindan en la Unidad de Pago de Premios, con el propósito de obtener información sobre el grado de satisfacción que se ofrece y para de esta manera determinar las oportunidades de mejora a la unidad administrativa pertinente.

---

<sup>1</sup> Ley N° 9158 (Ley Reguladora del Sistema Nacional de Contraloría de Servicios), artículo 14, inciso 13 que dice: Elaborar y aplicar, al menos una vez al año, instrumentos que permitan medir la percepción para obtener la opinión de las personas usuarias sobre la calidad de prestación de los servicios, grado de satisfacción y las mejoras requeridas; para ello contará con los recursos y el apoyo técnico de las unidades administrativas.

## **1.2 Objetivos del estudio**

### **1.2.1 Objetivo general**

Evaluar el servicio al cliente que se brinda en la Unidad de Pago de Premios, de la Gerencia de Operaciones de la Junta de Protección Social, correspondiente en la atención brindada en el proceso de pago de premios a Socios Comerciales y obtener fuentes de información para identificar oportunidades de mejora con el propósito de optimizar y garantizar un servicio eficiente y eficaz a nuestros clientes.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- a) Determinar la percepción de los Socios Comerciales, acerca de las instalaciones físicas, sobre aspectos tales como: iluminación, limpieza, cantidad de basureros, letreros informativos, ventilación y rotulación en el caso de una emergencia.
- b) Realizar una valoración sobre aspectos de calidad de servicio, atención, trato personal, trámites innecesarios, tiempo de espera, días de pago, formas de pagos y otras recomendaciones que den los usuarios sobre mejora al servicio, capacitaciones, entre otros.
- c) Conocer la percepción de los usuarios en relación con la rapidez, horario establecido para sorteos ordinarios y extraordinarios, software utilizado en el pago y cierre de cambio de premios, directrices del gobierno (Covid-19) y facilidades para realizar las gestiones.

### 1.3 Alcance

- a- Se valoró el nivel de satisfacción del servicio de atención al cliente de los Socios Comerciales afiliados a la Junta de Protección Social, por medio del método de entrevista<sup>2</sup> en profundidad, aplicada vía telefónica a los interesados específicamente entre el 11 al 21 de agosto del 2020; por consiguiente, se coordinó con el socio comercial que días se podría aplicar el formulario o si en ese momento el entrevistado podría contestarlo, se aplicó del método de encuesta.
  
- b- La información sobre los Socios Comerciales fue brindada por la Unidad de Pago de Premios, según oficio JPS-GG-GO-PP-0859-2020, del 04 de agosto del 2020; por consiguiente, para la obtención de la aplicación del estudio se tomó como parámetro el listado de socios comerciales, corporativos, Banco de Costa Rica y cooperativas, que incluía el nombre del socio comercial, número telefónico y correo electrónico, según listado actualmente hay 41 Socios Comerciales (Véase anexo 3).
  
- c- Para la aplicación del estudio se tomó en cuenta que hay Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Socios Comerciales de Zonas Alejadas, con diferente grado de satisfacción y necesidades por la zona; por tal razón, se separó la información y en el caso que los datos fueran similares se unificó los enunciados, por medio de cuadros y gráficos estadísticos descriptivos.

---

<sup>2</sup> Utilizamos la expresión “entrevistas en profundidad” para referirnos a este método de investigación cualitativo. Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. (ver anexo N°1)

([https://www.onsc.gub.uy/enap/images/stories/MATERIAL\\_DE\\_CURSOS/Entrevista\\_en\\_profundidad\\_Taylo\\_y\\_Bogdan.pdf](https://www.onsc.gub.uy/enap/images/stories/MATERIAL_DE_CURSOS/Entrevista_en_profundidad_Taylo_y_Bogdan.pdf)).

## 1.4 Tipo de Estudio

El estudio de opinión se aplicó a los Socios Comerciales de la Junta de Protección Social, que consistió en una investigación vía telefónica de tipo probabilístico, simple aleatorio<sup>3</sup>, utilizando el método de entrevista por profundidad, la cual se realizó vía telefónica y se realizó en las instalaciones de la Institución, durante el tercer trimestre del año 2020 y se entrevistó a 33 adjudicatarios en calidad de Socio Comercial.

Para la realización del sondeo de opinión se elaboró un cuestionario estructurado, el cual consta de 13 preguntas y cinco preguntas abiertas, relacionadas con los tipos de capacitaciones que le gustaría recibir, sí hubo maltrato verbal, entre otros detalles pertinentes.

Es importante mencionar que la aplicación de los cuestionarios se encontró supeditado de la disposición de los usuarios en contestarlo.

## 1.5 Población de Interés

La población de estudio es de tipo finita, de acuerdo con listado de Socios Comerciales, Corporativos y Cooperativas brindado por la Unidad de Pago de Premios, según oficio **JPS-GG-GO-PP-0859-2020**, donde fue aplicado a los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, inscritos en el registro de Socios Comerciales y evaluadas durante el tercer trimestre del año 2020.

---

<sup>3</sup> El muestreo aleatorio simple es un procedimiento de muestreo probabilístico que da a cada elemento de la población objetivo y a cada posible muestra de un tamaño determinado, la misma probabilidad de ser seleccionado, según <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-aleatorio-simple/>, consulta realizada el 1 de setiembre de 2020.

## **1.6 Unidad Informante**

La unidad informante está constituida por los Socios Comerciales, donde se utilizó la técnica de encuesta vía telefónica<sup>4</sup> sobre la atención de pago de premios y otros aspectos de interés institucional.

Por último, las unidades informantes fueron divididas en Socios Comerciales de la Gran Área Metropolitana y Socios Comerciales de Zonas Alejadas, ya en las respuestas tabuladas de acuerdo con las necesidades de ambos son diferentes; por consiguiente, se separó la información y en el caso de que la indagación fuera similar se unió la información para mejor comprensión del presente estudio.

## **1.7 Tamaño de la Muestra**

En relación con el estudio, donde se utilizó investigación vía telefónica de tipo probabilístico, simple aleatorio, utilizando el método de entrevista por profundidad, con base en la participación de 26 Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y 7 Socios Comerciales de las zonas alejadas, quienes ofrecen el servicio de venta de productos preimpresos, raspas y electrónicos.

## **1.8 Recopilación de Datos**

### **1.8.1 Fuentes de Información**

#### **Primarias**

Todos los datos fueron obtenidos de los cuestionarios que se aplicaron a los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y zonas alejadas (mediante entrevista vía telefónica).

---

<sup>4</sup> Las encuestas telefónicas es un método para recopilar información de la población en general, o de un grupo específico. Para ello se utilizan los números telefónicos para contactar a los participantes y hacerles las preguntas correspondientes. <https://www.questionpro.com/blog/es/encuestas-telefonicas/>, consulta realizada el 1 de setiembre de 2020.

## **1.9 Técnica de Recolección de Información**

Se aplicó un cuestionario estructurado dirigido a los Socios Comerciales y fue aplicado por la colaboradora de la Contraloría de Servicios, la señora María Gabriela Hidalgo Chinchilla.

## **1.10 Procesamiento de datos**

Para el procesamiento de datos se procedió a tabular la información recopilada en el programa de hoja Excel, para la elaboración de cuadros y gráficos.



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

A continuación, se presentan los datos obtenidos de forma cualitativa, cuantitativa, utilizando cuadros, gráficos y/o comparativos para una mejor comprensión de los resultados obtenidos en cada una de las preguntas formuladas a los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas; por último, en algunos casos las consultas tabuladas se separó la información de acuerdo con las necesidades y en el caso de que la indagación fuera similar se unió la información para mejor comprensión del presente estudio.

#### 2.1 Resultados del Sondeo de Opinión para Socios Comerciales

##### 1- ¿Cómo considera el servicio al cliente que brinda la Unidad de Pago de premios a los Socios Comerciales?

###### **Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana.**

Para esta variable se valoraron 10 puntos, que fueron divididas en tres cuadros estadísticos enumerados por la letra A, B y C, para este caso las variables discontinuas<sup>5</sup> analizadas en fueron:

- Calidad del servicio,
- Rapidez en la atención,
- Trato personal,
- El colaborador demuestra conocimiento sobre gestión que requiere realizar.

---

<sup>5</sup> Las variables discontinuas, es aquella que puede tomar un número determinado de valores dentro de un intervalo y los valores no pueden ser fraccionados (Conceptos de Estadística Descriptiva).

- Y los equipos de cómputo que se utilizan en la Unidad de Pago de Premios ayudan a que el servicio sea rápido y eficiente.

Los resultados se detallan en el cuadro comparativo para los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana fueron los siguientes:

**Cuadro 1**  
**SERVICIOS QUE BRINDA LA UNIDAD DE PAGO DE PREMIOS**  
**A LOS SOCIOS COMERCIALES EN EL GAM**  
**Setiembre, 2020**

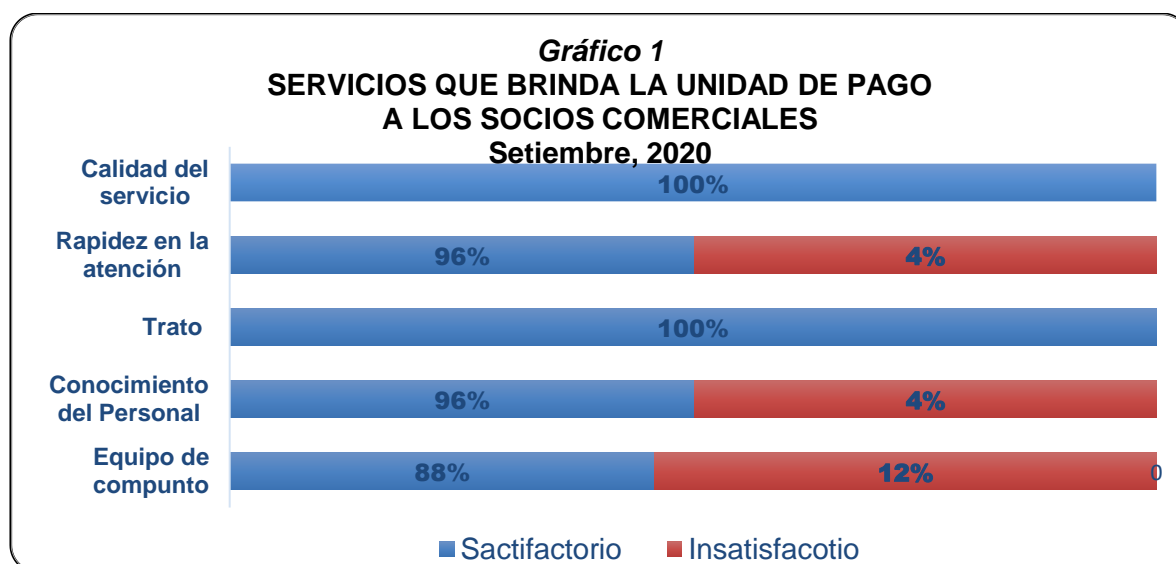
Servicios que...	Calidad		Rapidez		Trato		Conocimiento Personal		Equipo de Cómputo	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
Satisfactorio	26	100	25	96	26	100	25	96	23	88
Insatisfactorio	-	-	1	4	-	-	1	4	3	12
NS/NR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Obsérvese en el cuadro 1, que los entrevistados indicaron lo siguiente:

- Un **100%** de los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana entrevistados consideran que la calidad del servicio es excelente. (Véase gráfico 1).
- Un **96%** de los entrevistados indicaron que están satisfechos por la rapidez en la atención y un 4% señaló como insatisfecho. (Véase gráfico 1).
- Un **100%** de los entrevistados señalaron que están satisfechos por trato personal brindado. (Véase gráfico 1).

- d) Un **96%** de los entrevistados denotaron que están satisfechos con los colaboradores de la Unidad de Pago de Premios demuestran conocimiento sobre gestión que requiere realizar y un 4% manifestó como insatisfecho. (Véase gráfico 1).
- e) Por último, un 88% de los entrevistados denotaron que los equipos de cómputo que se utilizan en la Unidad de Pago de Premios ayudan a que el servicio sea rápido y eficiente y un 12% mostró como insatisfecho. (Véase gráfico 1).

Apreciación gráfica de los resultados:



Para estas variables discontinuas del segundo cuadro estadístico, se analizaron los siguientes ítems de:

- Ofrecen servicios que satisfacen las necesidades al cliente,
- Ha efectuado trámites innecesarios,
- Ha tenido que esperar sin ningún motivo,
- Y cuando hay algún problema, el colaborador le resuelve rápidamente.

Los resultados se detallan en el cuadro 1A comparativo para los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y fueron los siguientes:

**Cuadro 1 A**  
**SERVICIOS QUE BRINDA LA UNIDAD DE PAGOS**  
**A LOS SOCIOS COMERCIALES**  
**Setiembre, 2020**

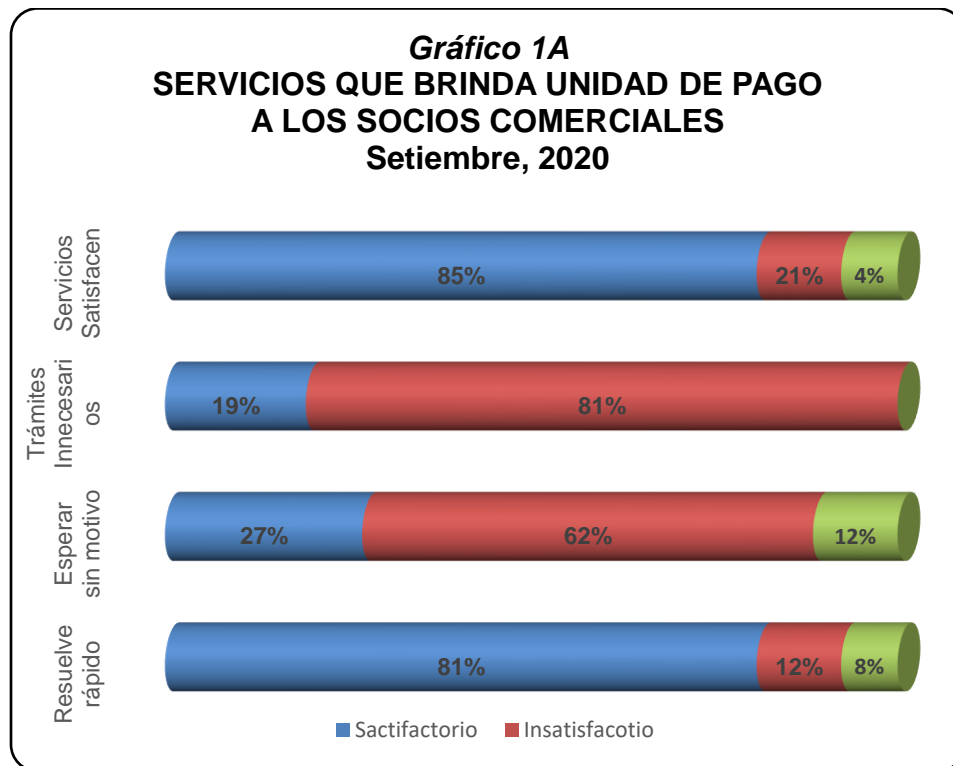
Servicios que...	Servicios Satisfacen		Trámites Innecesarios		Esperar sin motivo		Resuelven rápido	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
Satisfactorio	22	85	5	19	7	27	21	81
Insatisfactorio	3	12	21	81	16	62	3	12
NS/NR	1	4	-	-	3	12	2	8
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Obsérvese en el cuadro 1A, que los entrevistados indicaron los siguiente:

- a) Un **85%** de los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana entrevistados consideran que la Unidad de Pago de Premios ofrecen servicios que satisfacen las necesidades al cliente; mientras, un 12% indicó insatisfactorio y un 4% no sabe o no responde. (Véase gráfico 1A).
- b) Un 19% de los entrevistados indicaron satisfactorio y un **81%** señaló como insatisfactorio, porque han realizado trámites innecesarios. (Véase gráfico 1A).
- c) Un 27% de los entrevistados señalaron satisfactorio; asimismo; un **62%** indicó que ha tenido que esperar sin ningún motivo y un 12% no sabe o no responde. (Véase gráfico 1A).

d) Un **81%** de los entrevistados denotaron que están satisfechos con los colaboradores de la Unidad de Pago de Premios que cuando hay algún problema son resueltos rápidamente y un 8% no sabe o no responde. (Véase gráfico 1A).

Apreciación gráfica de los resultados:



### Socios Comerciales Zonas Alejadas

Para esta variable se valoraron 10 puntos, que fueron divididas en tres cuadros estadísticos clasificados por la letra A, B y C, para este caso las variables discontinuas analizadas fueron las siguiente:

- Calidad del servicio,
- Rapidez en la atención,
- Trato personal,

- El colaborador demuestra conocimiento sobre gestión que requiere realizar.
- Y los equipos de cómputo que se utilizan en la Unidad de Pago de Premios ayudan a que el servicio sea rápido y eficiente.

Los resultados se detallan en el cuadro 1B comparativo para los Socios Comerciales de Zonas Alejadas fueron los siguientes:

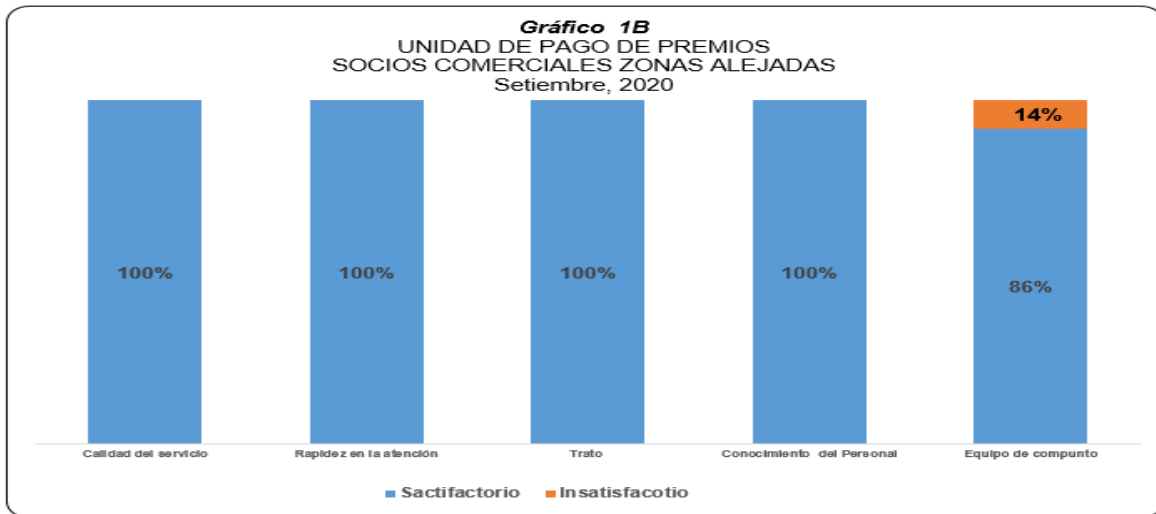
**Cuadro 1 B**  
**SERVICIOS QUE BRINDA LA UNIDAD DE PAGOS PREMIOS**  
**A LOS SOCIOS COMERCIALES ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Servicios que...	Calidad		Rapidez		Trato		Conocimiento Personal		Equipo de Cómputo	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
Satisfactorio	7	100	7	100	7	100	7	100	6	86
Insatisfactorio	0		0		0	0	0	0	1	14
NS/NR	0	0	0		0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

- Un **100%** de los Socios Comerciales Zonas Alejadas entrevistados consideran que la calidad del servicio es excelente. (Véase gráfico 1B).
- Un **100%** de los entrevistados indicaron que están satisfechos por la rapidez en la atención. (Véase gráfico 1B).
- Un **100%** de los entrevistados señalaron que están satisfechos por trato personal brindado. (Véase gráfico 1B).
- Un **100%** de los entrevistados denotaron que están satisfechos con los colaboradores de la Unidad de Pago de Premios demuestran conocimiento sobre gestión que requiere realizar. (Véase gráfico 1B).

e) Por último, un **86%** de los entrevistados denotaron que los equipos de cómputo que se utilizan en la Unidad de Pago de Premios ayudan a que el servicio sea rápido y eficiente y un 14% mostró como insatisfecho. (Véase gráfico 1B).

Apreciación gráfica de los resultados:



Para esta variable discontinua del cuadro 1C estadístico de los Socios Comerciales de Zonas Alejadas, se analizaron los siguientes ítems de:

- Ofrecen servicios que satisfacen las necesidades al cliente,
- Ha efectuado trámites innecesarios,
- Ha tenido que esperar sin ningún motivo,
- Y cuando hay algún problema, el colaborador le resuelve rápidamente.

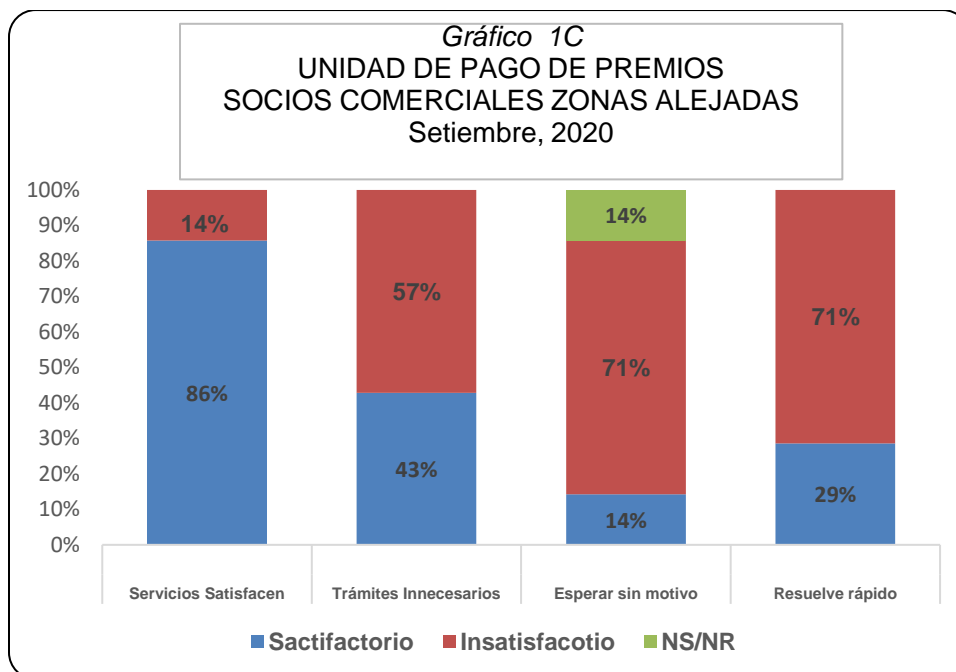
**Cuadro 1C**  
**SERVICIOS QUE BRINDA LA UNIDAD DE PAGOS**  
**SOCIOS COMERCIALES ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Servicios que...	Servicios Satisfacen		Trámites Innecesarios		Esperar sin motivo		Resuelven rápido	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
Detalle								
Satisfactorio	6	86	3	43	1	14	2	29
Insatisfactorio	1	14	4	57	5	71	5	71
NS/NR	-	-	-	-	1	14	-	-
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

Obsérvese en el cuadro 1C, que los entrevistados indicaron los siguiente:

- a) Un **86%** de los Socios Comerciales de Zonas Alejadas consideran que la Unidad de Pago de Premios ofrecen servicios que satisfacen las necesidades al cliente y un 12% indicó insatisfactorio. (Véase gráfico 1C).
- b) Un 43% de los entrevistados indicaron satisfactorio y un **57%** señaló como insatisfactorio, porque han realizado trámites innecesarios. (Véase gráfico 1C).
- c) Un 14% de los entrevistados señalaron satisfactorio; asimismo; un **71%** indicó que ha tenido que esperar sin ningún motivo y un 14% no sabe o no responde. (Véase gráfico 1C).
- d) Un **29%** de los entrevistados denotaron que están satisfechos con los colaboradores de la Unidad de Pago de Premios que cuando hay algún problema son resueltos rápidamente y un **71%** indicó insatisfactorio. (Véase gráfico 1C).





Por último, se consultó en este ítem si los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas han recibido maltrato verbal, por parte de algún colaborador de la Unidad de Pago de Premios. Los resultados se detallan a continuación:

**Cuadro 1D**  
**RECIBIDO MALTRATO POR PARTE DE UN COLABORADOR**  
**SOCIOS COMERCIALES DEL GAM Y ZONAS ALEJADAS**  
Setiembre, 2020

Recibido maltrato ...	ABS	Porcentaje
SI	-	-
NO	33	100
NS/NR	-	-
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>100</b>

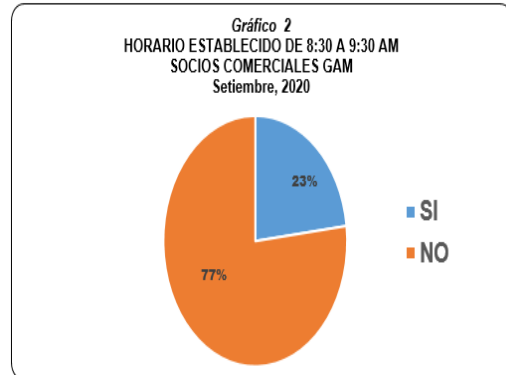
Según información del cuadro 1D, el 100% indicaron que no ha recibido maltrato verbal.

**2- Horario establecido de 8:30 a.m. a 9:30 a.m. para la recepción de premios.**

En el estudio se consultó a los entrevistados del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, si el horario establecido para el pago de premios es apropiado. Los resultados se puntualizan seguidamente:

**Cuadro 2**  
**HORARIO ESTABLECIDO DE 8:30 A 9:30 AM**  
**SOCIOS COMERCIALES GAM**  
**Setiembre, 2020**

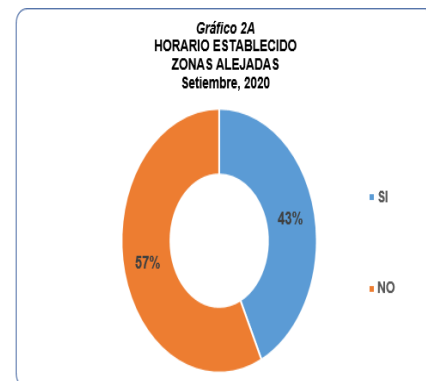
Horario establecido ...	ABS	Porcentaje
SI	6	23
NO	20	77
NS/NR	-	-
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>



De los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana entrevistados, un 23% indicaron estar de acuerdo y un **77%** manifestó **NO** estar de acuerdo con el horario establecido de 8:00 a 9:30 a.m. en la Unidad de Pago de Premios. (Véase el gráfico 2).

**Cuadro 2A**  
**HORARIO ESTABLECIDO DE 8:30 A 9:30 AM**  
**SOCIOS COMERCIALES ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Horario establecido ...	ABS	Porcentaje
SI	3	43
NO	4	57
NS/NR	-	-
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>



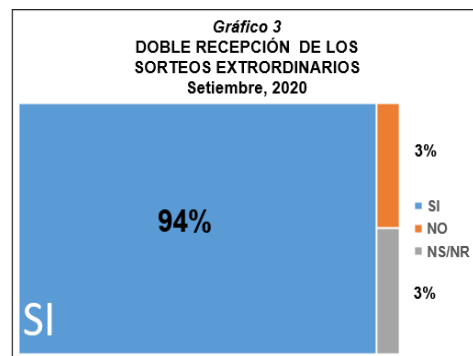
De los Socios Comerciales de Zonas Alejadas entrevistados, un 43% indicaron estar de acuerdo y un **57%** manifestó NO estar de acuerdo con el horario establecido de 8:00 a 9:30 a.m. en la Unidad de Pago de Premios (véase el gráfico 2A).

### 3- Le parece doble horario para atención de los sorteos extraordinarios.

Se consultó a los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas sobre el doble horario de atención cuando hay sorteos extraordinarios. Los resultados se detallan a continuación:

**Cuadro 3**  
**DOBLE RECEPCIÓN SORTEOS EXTRAORDINARIOS**  
**SOCIOS COMERCIALES Y ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Doble recepción...	ABS	Porcentaje
SI	31	94
NO	1	3
NS/NR	1	3
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>100</b>



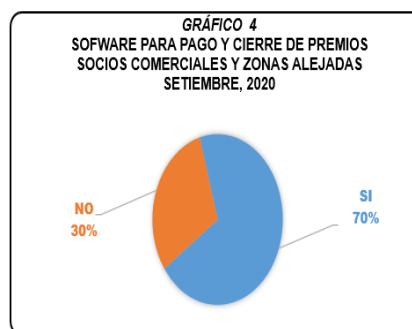
De los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, un 94% señalaron estar de acuerdo con el horario de doble recepción para los sorteos extraordinarios, mientras un 3% denotó que NO y un 3% señaló con un no saber o no responde.

**4- El Software que le brindó la Junta de Protección Social para el pago y cierre cumple con las necesidades.**

Se consultó a los Socios Comerciales del GAM y Zonas Alejadas sobre el Software que le brindó la Junta de Protección Social para el pago y cierre de premios; los resultados se detallan seguidamente:

**Cuadro 4**  
**SOFTWARE BRINDADO POR JPS PARA PAGO Y CIERRE**  
**PREMIOS SOCIOS COMERCIALES Y**  
**ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Software brindado...	ABS	Porcentaje
SI	23	70
NO	10	30
NS/NR	0	0
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>100</b>



Según información de cuadro y gráfico 4, un **70%** señalaron estar de acuerdo con que el Software brindado por la institución cumple con sus necesidades y un 30% señaló con un no. Por último, para esta pregunta contó con una pregunta abierta, pero no hubo respuesta por parte de los entrevistados.

**5- Tiempo de espera para ser atendido, para recibir sus paquetes.**

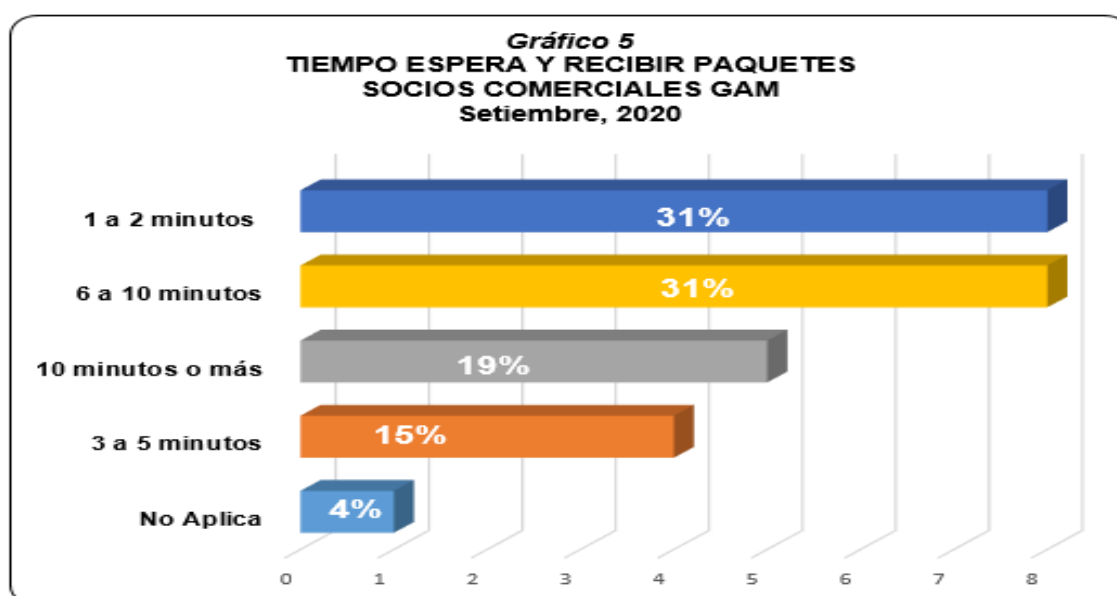
Para valorar la prontitud, con la cuál son atendidos los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas que se presentan a la Unidad de Pago de Premios a entregar sus paquetes, se presenta la información pertinente:

**Cuadro 5**  
**TIEMPO DE ESPERA PARA SER ATENDIDO**  
**Y RECIBIR PAQUETES**  
**SOCIOS COMERCIALES GAM**  
**Setiembre, 2020**

Tiempo de espera ...	ABS	Porcentaje
1 a 2 minutos	8	31
3 a 5 minutos	4	15
6 a 10 minutos	8	31
10 minutos o más	5	18
No Aplica	1	4
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Resultados obtenidos Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana:

De los socios comerciales entrevistados, un 31% indicaron que tienen que esperar de 1 a 2 minutos para ser atendidos e igualmente hubo un 31% que indicó de 6 a 10 minutos; mientras, un 18% manifestó 10 minutos o más, un 15% denotó con 3 a 5 minutos y un 4% con la variable no aplica. (Véase gráfico 5).

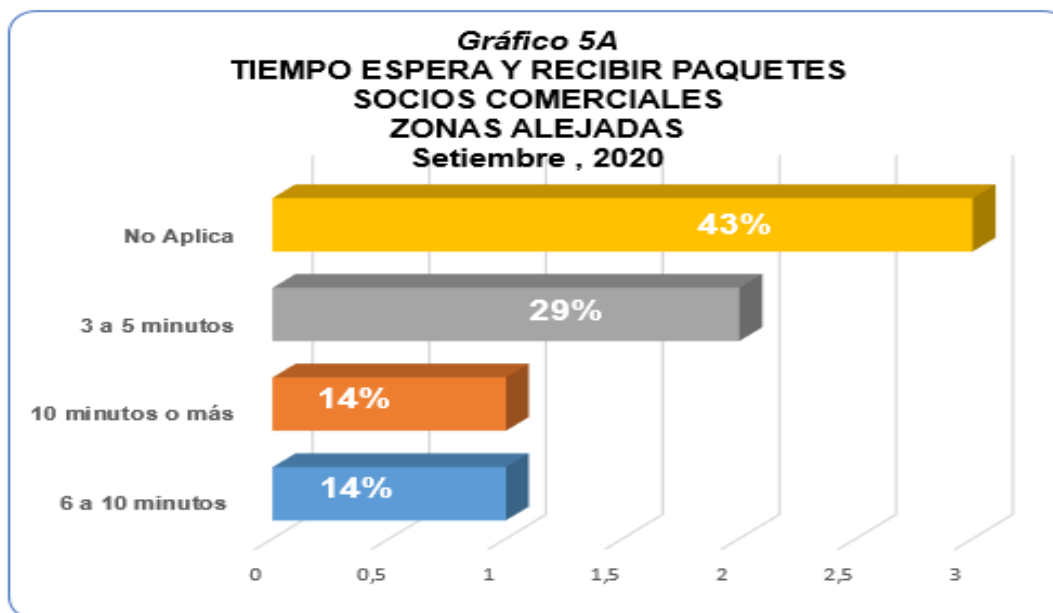


**Cuadro 5A**  
**TIEMPO DE ESPERA PARA SER ATENDIDO**  
**Y RECIBIR PAQUETES SOCIOS COMERCIALES**  
**ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Tiempo de espera ...	ABS	Porcentaje
1 a 2 minutos	-	-
3 a 5 minutos	2	29
6 a 10 minutos	1	14
10 minutos o más	1	14
No Aplica	3	43
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

Derivaciones obtenidos Socios Comerciales de Zonas Alejadas:

De los socios comerciales entrevistados, un 43% indicaron que no aplica; mientras, un 29% manifestó 3 a 5 minutos o más, un 14% denotó con 10 minutos o más, igualmente hubo un 14% señaló de 6 a 10 minutos. (Véase gráfico 5A).



**6- Día de la Semana que el Socio Comercial considera que el trámite de pago de premios es lento.**

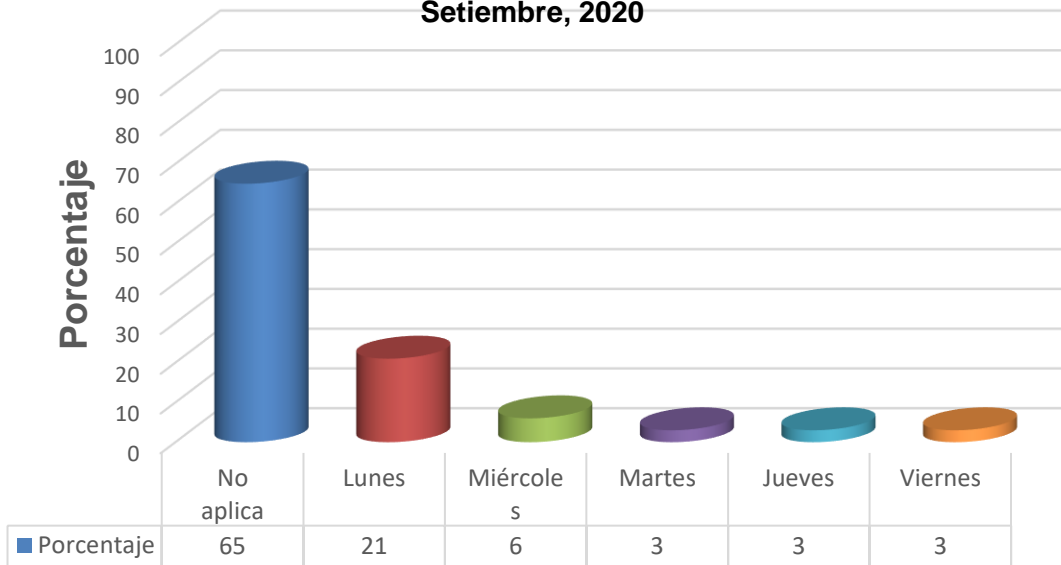
Del estudio de opinión se consultó a los Socios Comerciales de Gran Área Metropolitana y zonas alejadas si el trámite de pago de premios es lento, obteniéndose los siguientes resultados.

**Cuadro 6**  
**DÍA DE LA SEMANA QUE EL TRÁMITE ES LENTO**  
**EN LA UNIDAD PAGO DE PREMIOS**  
**SOCIOS COMERCIALES Y ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Día de la semana...	ABS	Porcentaje
Lunes	7	21
Martes	1	3
Miércoles	2	6
Jueves	1	3
Viernes	1	3
No aplica	22	65
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

Del cuadro 6, que se exponen anteriormente, un **65%** de los entrevistados indicaron que No aplica; mientras, un 21% denoto que el lunes es el día que el servicio para pago de premios es lento, un 6% señaló el miércoles, e igualmente un 3% que indicaron que martes, jueves y viernes el trámite es lento. (Véase gráfico 6).

**Gráfico 6**  
**TRÁMITE ES LENTO EN**  
**PAGO DE PREMIOS**  
**Setiembre, 2020**

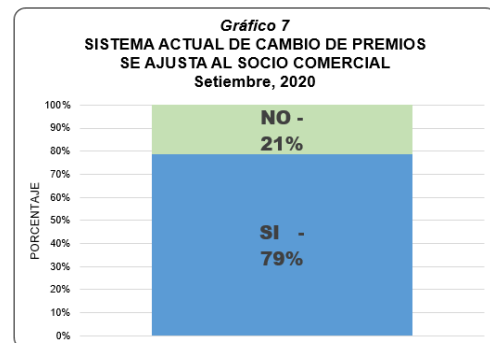


**7- El sistema actual de cambio de premios se ajusta a sus requerimientos.**

Para esta variable consistió en evaluar si el sistema actual de cambio de premios se ajusta a las necesidades de los socios; asimismo, se incluyó una pregunta abierta en el cuestionario utilizado, con el fin de que los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas dieran sus observaciones pertinentes; obteniéndose los resultados según cuadro 7:

**Cuadro 7**  
**SISTEMA ACTUAL DE PAGO PREMIOS SE**  
**AJUSTA A SUS REQUIRIMIENTOS SOCIOS**  
**COMERCIALES GAM Y ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Sistema actual...	ABS	Porcentaje
SI	26	79
NO	7	21
NS/NR	-	-
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>100</b>





De los socios comerciales entrevistados, un **79%** indicaron que el sistema de pago de premios se ajusta a sus requerimientos y un 21% manifestó en desacuerdo. (Véase gráfico 7).

Seguidamente, se mencionan las observaciones externadas por los Socios Comerciales:

- a) El sistema de pago de premios falla mucho.
- b) Hay ineficiente, los fines de semana nadie resuelve cuando el sistema pago de premios se cae y los clientes se molestan cuando se le dice que no se puede cambiar un premio.
- c) Los Socios Comerciales de zonas alejadas el sistema de pago debe ser más ágil.

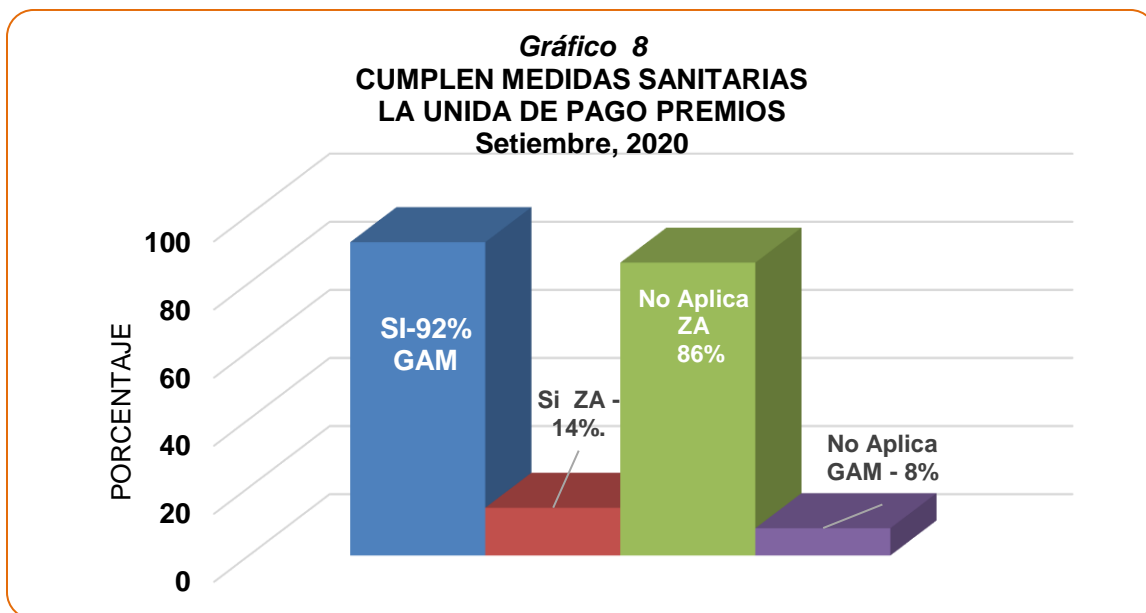
**8- Se cumplen con las directrices del Gobierno (Covid 19) en la recepción de pago de premios.**

En este estudio de opinión, se le consultó al socio si en la Unidad de Pago de Premios en la recepción se cumplen con las medidas sanitarias; de la misma forma, se incluyó una pregunta abierta en el cuestionario utilizado, con el fin de que los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas externaran sus opiniones y/o recomendaciones, obteniéndose los resultados según cuadro 8:

**Cuadro 8**  
**LA UNIDAD DE PAGOS DE PREMIOS**  
**CUMPLEN MEDIDAS SANITARIAS**  
**SOCIOS COMERCIALES Y ZONAS ALEJADAS**  
**(Según cuadro comparativo)**  
**Setiembre, 2020**

Cumple medidas...	ABS	Porcentaje
Sí (GAM)	24	73
No (GAM)	-	-
No Aplica (GAM)	2	6
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>
Sí (ZONAS ALEJADAS)	1	14
No (ZONA ALEJADA)	-	-
No Aplica (ZONAS ALEJADAS)	6	86
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

Según información de cuadro y gráfico 8, un **73%** Socios Comercial del Gran Área Metropolitana señalaron estar de acuerdo con que la Unidad de Pago de Premios cumplen las medidas sanitarias (Covid-19) y un 6% señaló con un NO; mientras, que los Socios Comerciales de zonas alejadas indicaron que NO APLICA, ya que tienen que enviar su lotería por Correos de Costa Rica y un 14% señaló que NO. (Véase gráfico 8).

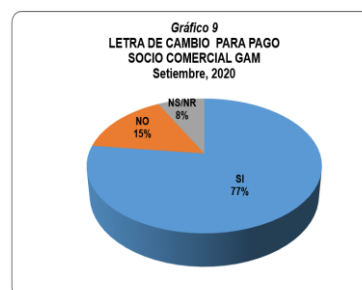


## 9- Gestiona el pago de premios mediante Letra de Cambio.

Para la consulta sobre el pago mediante la letra, se incluyó una pregunta abierta, con el propósito de que los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas dieran sus opiniones pertinentes; obteniéndose los resultados según cuadro 9 y 9A:

**Cuadro 9**  
**GESTIÓN DE PAGO MENDIANTE LETRA DE CAMBIO**  
**SOCIOS COMERCIALES GAM**

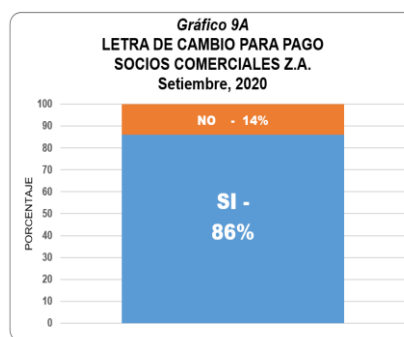
Setiembre, 2020		
Gestiona de pago...	ABS	Porcentaje
SI	20	77
NO	4	15
NS/NR	2	8
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>



Un **77%** de los entrevistados señalaron que su gestión es mediante Letra de Cambio; asimismo; un **15%** indicó que NO y un 14% no sabe o no responde. (Véase gráfico 9).

**Cuadro 9A**  
**GESTIÓN DE PAGO MENDIANTE LETRA DE CAMBIO**  
**SOCIOS COMERCIALES ZONAS ALEJADAS**

Setiembre, 2020		
Gestiona pago ...	ABS	Porcentaje
SI	6	86
NO	1	14
NS/NR	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



Un **86%** de los entrevistados indicaron que su gestión es mediante Letra de Cambio y un **15%** indicó que no lo utiliza. (Véase gráfico 9A).

Por último, para esta pregunta contó con una pregunta abierta, pero no hubo respuesta por parte de los entrevistados de Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas.

## 10. Calificación de las instalaciones físicas de la Unidad de Pago de Premios.

Se consultó a los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas alejadas, cómo calificaría las infraestructuras físicas de la unidad donde es atendido a los socios comerciales, considerando cinco variables continuas que son:

- Las instalaciones están en buen estado,
- Las instalaciones están limpias,
- Hay suficientes basureros y fáciles de ubicar,
- La iluminación es apropiada,
- La ventilación es adecuada,
- Hay letreros informativos según el servicio brindado.

Quienes manifestaron lo siguiente:

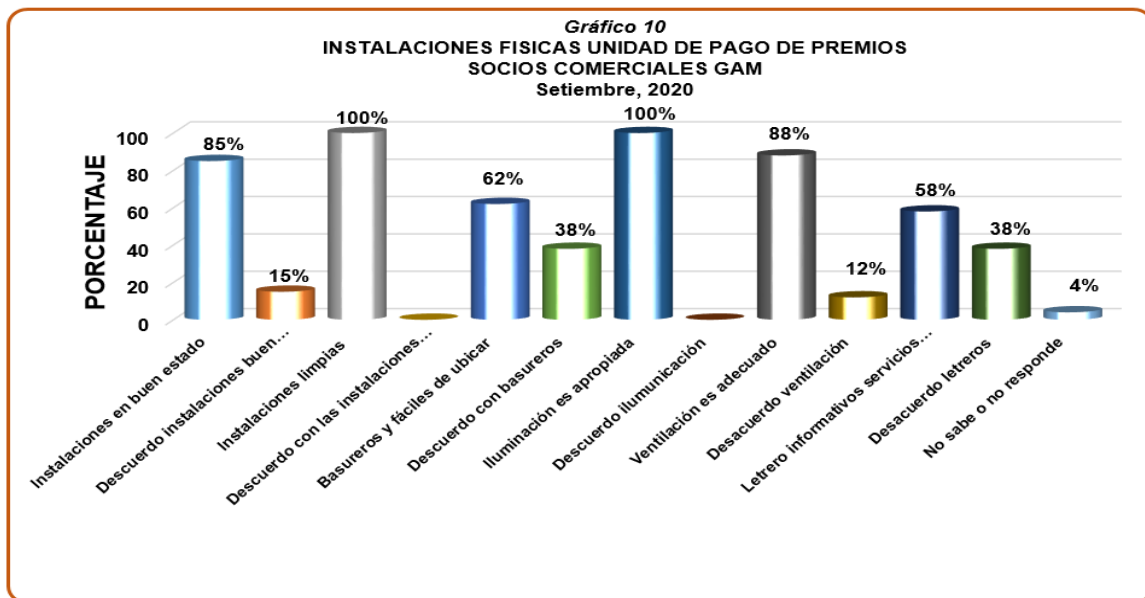
**Cuadro 10**  
**CALIFICACIÓN INSTALACIONES FÍSICAS DE UNIDAD DE PAGO DE PREMIOS**  
**SOCIOS COMERCIALES GAM**  
**Setiembre, 2020**

Instalaciones	Buen estado		Limpias		Basurero		Iluminación		Ventilación		Letreros	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
De acuerdo	22	85	26	100	16	62	26	100	23	88	15	58
Desacuerdo	4	15	-	-	10	38	-	-	3	12	10	38
NS/NR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

### Resultados obtenidos

- a) Un **85%** de los entrevistados consideraron que las instalaciones físicas están en buen estado y un 4% denotó en desacuerdo. (Véase gráfico 10).
- b) Un **100%** de los entrevistados indicaron que las instalaciones están limpias. (Véase gráfico 10).

- c) Un **62%** de los entrevistados señalaron que hay suficientes basureros y son fáciles de ubicar y un 38% señaló en desacuerdo. (Véase gráfico 10).
- d) Un **100%** de los entrevistados denotaron que están satisfechos con la iluminación. (Véase gráfico 10).
- e) Por último, un **58%** de los entrevistados denotaron que hay letreros informativos según el servicio brindado; mientras, un 38% manifestó en desacuerdo y un 4% denotó en no sabe o no responde. (Véase gráfico 10).



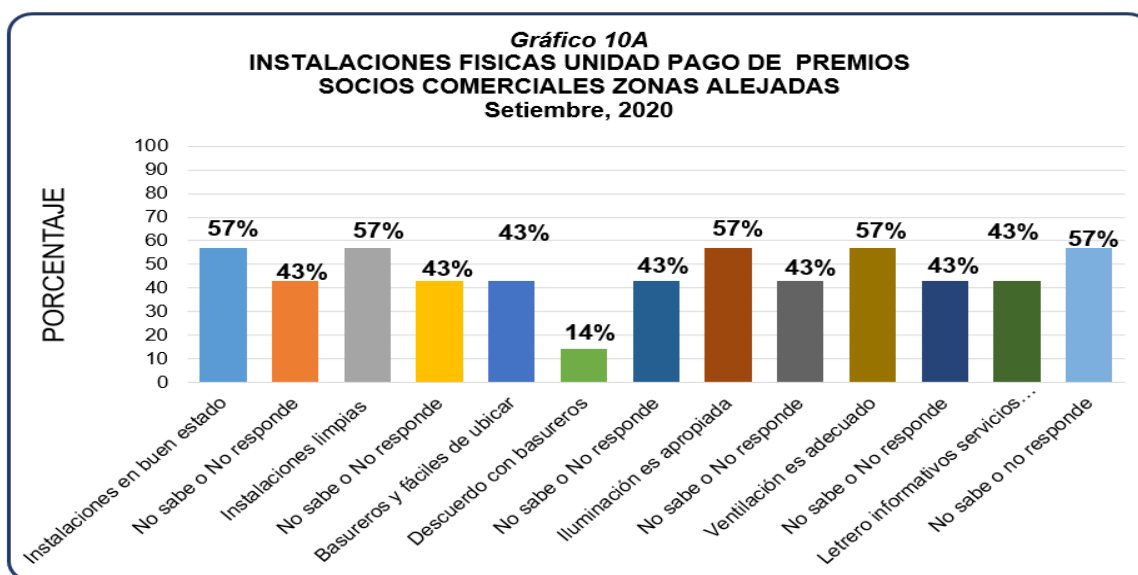
**Cuadro 10A**

**CALIFICACIÓN INSTALACIONES FÍSICAS DE UNIDAD DE PAGO DE PREMIOS**  
**SOCIOS COMERCIALES ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Instalaciones	Buen estado		Limpias		Basurero		Iluminación		Ventilación		Letreros	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
De acuerdo	4	57	4	57	3	43	4	57	4	57	3	43
Desacuerdo	-	-	-	-	1	14	-	-	-	-	-	-
NS/NR	3	43	3	43	3	43	3	43	3	43	4	57
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

## Resultados obtenidos:

- a) Un **57%** de los entrevistados consideraron que las instalaciones físicas están en buen estado y un 3% denotó que no sabe o no responde. (Véase gráfico 10A).
- b) Un **57%** de los entrevistados indicaron que las instalaciones están limpias y un 43% indicó que no sabe o no responde. (Véase gráfico 10A).
- c) Un **43%** de los entrevistados señalaron que hay suficientes basureros y son fáciles de ubicar; asimismo, un 14% manifestó en desacuerdo y un 43% indicó que no sabe o no responde. (Véase gráfico 10A).
- d) Un **57%** de los entrevistados denotaron que están satisfechos con la iluminación y un 43% manifestó que no sabe o no responde. (Véase gráfico 10A).
- e) Por último, un **43%** de los entrevistados denotaron que hay letreros informativos según el servicio brindado y un 57% denotó en no sabe o no responde. (Véase gráfico 10A).

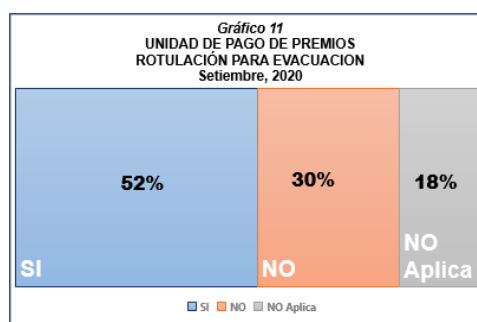


## 10- La Unidad de Pago de Premios cuenta rotulación para caso de emergencia.

Para esta variable continua consistió en determinar si la Unidad de Pago de Premios cuenta con rotulación en el caso de que se presenta una emergencia, obteniéndose los resultados según cuadro 11:

**Cuadro 11**  
**UNIDAD DE PAGO DE PREMIOS CUENTA**  
**ROTULACION PARA EVACUACIÓN**  
**SOCIOS COMERCIALES GAM**  
**Y ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Rotulación para ...	AB S	Porcentaj e
SI	17	52
NO	10	30
NO Aplica	6	18
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100</b>



Un **52%** de los entrevistados señalaron que la Unidad de Pago de Premios cuenta con rotulación para evacuación, en el caso que se presente una emergencia; asimismo; un **30%** indicó que NO y un 18% no sabe o no responde. (Véase gráfico 9).

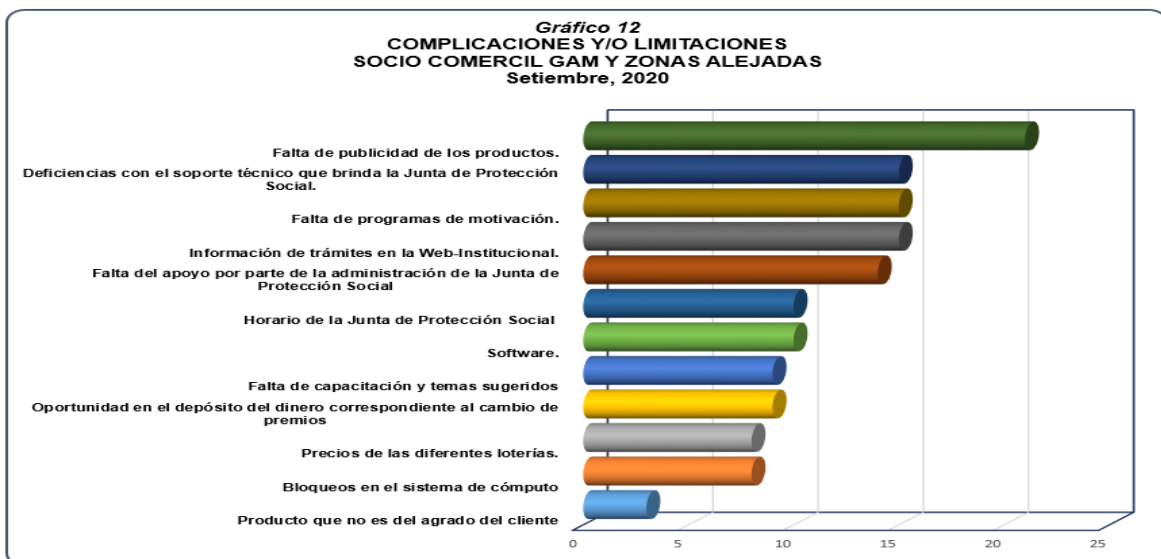
## 11- Complicaciones y/o limitaciones que debe enfrentar un Socio Comercial

Se formuló una pregunta cerrada de escogencia múltiple, con el propósito de conocer las complicaciones que debe enfrentar los Socios Comerciales de Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas. A continuación, se detallan los resultados:

**Cuadro 12**  
**COMPLICACIONES Y/O LIMITACIONES QUE ENFRENTA**  
**SOCIOS COMERCIALES GAM Y ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

Complicaciones y/o Limitaciones...	ABS	Porcentaje
Falta de publicidad de los productos.	21	15
Información de trámites en la Web-Institucional.	15	11
Falta de programas de motivación.	15	11
Deficiencias con el soporte técnico que brinda la Junta de Protección Social.	15	11
Falta del apoyo por parte de la administración de la Junta de Protección Social	14	10
Software.	10	7
Horario de la Junta de Protección Social	10	7
Oportunidad en el depósito del dinero correspondiente al cambio de premios	9	7
Falta de capacitación y temas sugeridos	9	7
Bloqueos en el sistema de cómputo	8	6
Precios de las diferentes loterías.	8	6
Producto que no es del agrado del cliente	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100</b>

Del cuadro anterior, se puede apreciar según gráfico 12, que se presenta a continuación:



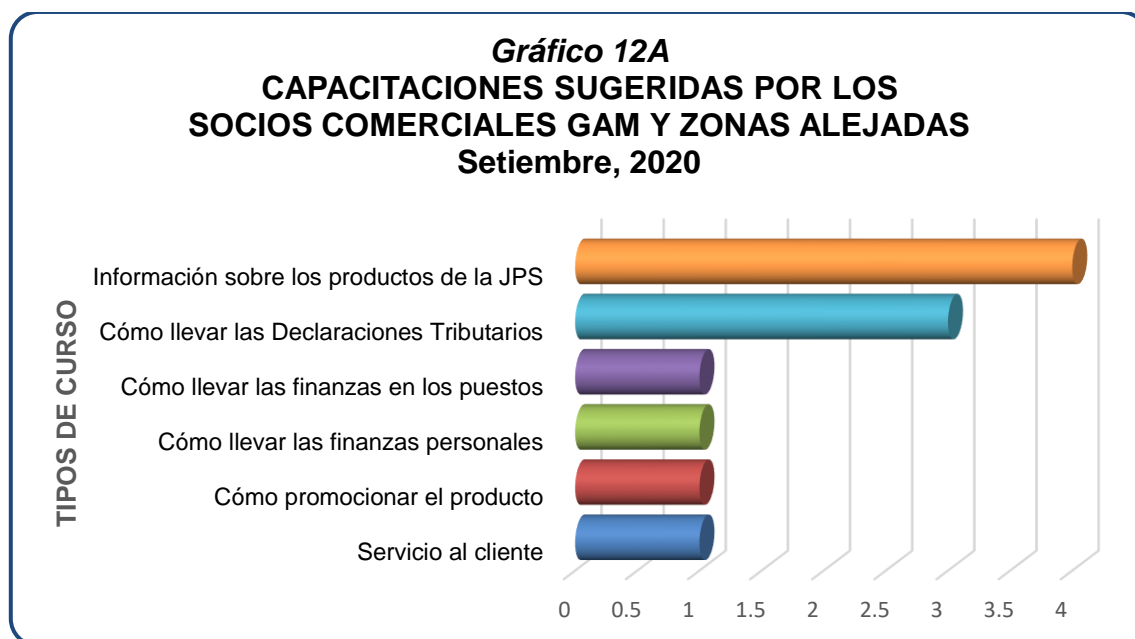


Asimismo, sobre las preguntas No. 9 y No. 12, de cuestionario aplicado se realizó una pregunta abierta<sup>6</sup>, donde los socios comerciales dieran sus opiniones pertinentes; obteniéndose los siguientes resultados:

**Cuadro 12A**  
**CAPACITACIONES QUE SUGIEREN LOS SOCIOS**  
**COMERCIALES GAM Y ZONAS ALEJADAS**  
**Setiembre, 2020**

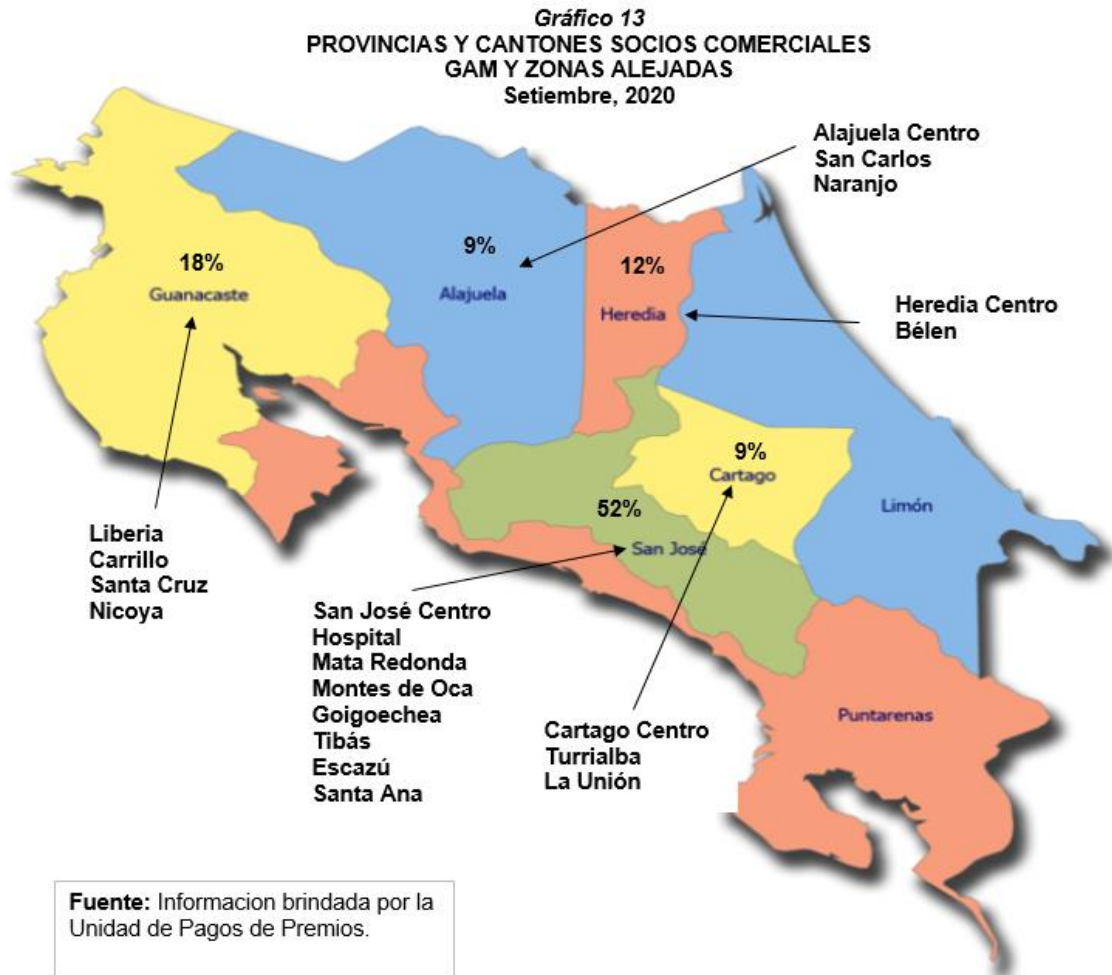
Capacitaciones ...	ABS	Porcentaje
Servicio al cliente	4	36
Cómo promocionar el producto	3	27
Cómo llevar las finanzas personales	1	9
Como llevar las finanzas en los puestos	1	9
Cómo llevar las Declaraciones Tributarios	1	9
Información sobre los productos de la JPS	1	9
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

Del cuadro anterior, se puede apreciar según gráfico 12A, que se detalla a continuación:



<sup>6</sup> Las **preguntas abiertas** también llamadas "Preguntas Libres" son un tipo de pregunta que permite obtener detalles más profundos en las respuestas de los encuestados. Consulta [https://www.google.com/search?q=conapan&rlz=1C1CHBF\\_esCR900CR900&oq=conapan&aqs=chrome..69i57j0l7.4642j1j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=conapan&rlz=1C1CHBF_esCR900CR900&oq=conapan&aqs=chrome..69i57j0l7.4642j1j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

## 12- Localización de los puestos de los socios comerciales entrevistados.



## 13. Comentarios o sugerencias de los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas.

A continuación, se detallan los comentarios de los Socios Comerciales, de los cuales se copia textualmente, según lo manifestado en el estudio realizado.

Por último, en el caso de que una respuesta sea similar se pondrá un paréntesis indicando que hubo un entrevistado que indico casi lo mismo.

### **Socios Comerciales Gran Área Metropolitana**

- a) Se atrasan los pagos, lo cual dificulta la compra, los baños dentro de la institución y la puerta de la entrada es pequeña.
- b) El baño debería estar dentro de la institución (2).
- c) Mas comunicación respecto a las fechas de los sorteos.
- d) El sistema falla mucho y no hay apoyo, especialmente los fines de semana (3).
- e) Ampliar el horario de recepción de premios (2).

### **Socios Comerciales Zonas Alejadas**

- a) Soy de Guanacaste y tengo que enviar para el cambio de premios por medio de Correos de Costa Rica, sería bueno que lo pudiera entregar aquí en Guanacaste.
- b) Mejorar el plan de premios de la Lotería Nacional.
- c) Más facilidad para realizar los cambios de premios en la zona alejadas.
- d) Ampliar el horario para la recepción de premios.

## CONCLUSIONES

Con fundamento en los resultados obtenidos en el estudio de la opinión para Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, se puede concluir lo siguiente:

1. En relación con el servicio al cliente que brinda la Unidad de Pagos de Premios se puede concluir lo siguiente:
  - Tanto, los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas consideran en un 100% que la calidad del servicio, rapidez en la atención, trato del personal y que los colaboradores demuestran conocimiento sobre la gestión que realizan.
  - En relación con los equipos de cómputo que se utilizan en la Unidad de Pago de Premios ayudan a que el servicio sea rápido y eficiente, obtuvo un promedio aritmético de un 87%, según consideran Socios Comerciales de Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas.
  - Con base en los servicios que satisfacen las necesidades de los clientes, de acuerdo con lo manifestado por los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas tuvo un promedio aritmético de 85.5%.
  - Los Socios Comerciales de Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, un 69% del promedio aritmético consideran que la Unidad de Pagos les ha realizado trámites innecesarios y un 66.5% han tenido que esperar sin ningún motivo.

- Se observa una diferencia en la opinión de los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana, quienes un 81% están satisfechos con los colaboradores de la Unidad de Pago de Premios, cuando hay algún problema es resuelto satisfactoriamente; mientras que los Socios Comerciales de las Zona Alejadas indicaron con un 71% insatisfactorio.
2. De acuerdo con el horario establecido de 8.30 a.m. a 9:30 a.m. y de la doble recepción para atención a los sorteos extraordinarios, para el recibimiento para el respectivo pago de premios, se detallan lo siguiente:
- De los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas entrevistados, el promedio aritmético fue un 67% manifestaron NO estar de acuerdo con el horario establecido de 8:00 a.m. a 9:30 a.m. por la Unidad de Pago de Premios.
  - Mientras, los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, un 94% señalaron estar de acuerdo con el horario de doble recepción para los sorteos extraordinarios.
3. Los Socios Comerciales indicaron en un 70%, estar conforme con el Software brindado por la institución, el cual cumple con sus necesidades.
4. De conformidad con los resultados del estudio de opinión dirigidos a los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, referente con los tiempos de espera para ser atendidos y cuál día de la semana el trámite de pago de premios es lento, se mencionan seguidamente:
- De acuerdo con los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana, un 62% indicaron que se dura un promedio de 1 a 10 minutos y en el caso de los Socios Comerciales de Zonas Alejadas, un 43% indicó que no se

aplica, ya que envían sus paquetes de lotería, por medio de Correos de Costa Rica.

- Por último, los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, un 65% de los entrevistados indicaron que no hay un día de la semana que el trámite de pago de premios sea lento.

5. En relación con el sistema actual para el cambio, los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas entrevistados, un 79% indicaron que el sistema de pago de premios se ajusta a sus requerimientos y seguidamente, se mencionan las observaciones externadas por los Socios Comerciales:

- El sistema de pago de premios falla mucho.
- Hay ineficiencia, los fines de semana nadie resuelve cuando el sistema de pago de premios se cae y los clientes se molestan cuando se le dice que no se puede cambiar un premio.
- Los Socios Comerciales de zonas alejadas manifiestan que el sistema de pago de premios debe de ser más ágil.

6. Con base con las directrices del Gobierno (Covid-19), para la recepción de pago de premios, un 73% de los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana señalaron estar de acuerdo con que la Unidad de Pago de Premios cumplen las medidas sanitarias (Covid-19) y en el caso de los Socios Comerciales de Zonas Alejadas indicaron que NO APLICA, ya que tienen que enviar su lotería por Correos de Costa Rica.

7. En referencia con la gestión de pago de premios mediante la Letra de Cambio, de acuerdo con el promedio aritmético un 81.5% de los Socios Comerciales

de Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas gestionan pago de premios mediante Letra de Cambio.

8. En lo atinente con las instalaciones físicas donde se valoró los siguientes aspectos, tales como: buen estado de las instalaciones, limpieza, hay suficientes basureros y fáciles de ubicar, iluminación, ventilación y letreros informativos, se mencionan seguidamente:
  - Para los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana, en relación con la infraestructura en buen estado, instalaciones limpias e iluminación, el promedio aritmético fue de un 95%; mientras, las otras variables relacionadas con la cantidad de basureros, y son fáciles de ubicar y hay letreros informativos según el servicio brindado, el promedio aritmético fue de un 60%.
  - Finalmente, los Socios Comerciales de las Zona Alejadas, en relación con el inmueble en buen estado, instalaciones limpias, iluminación, cantidad de basureros y factibles de ubicar y hay letreros informativos según el servicio brindado, el promedio aritmético fue de un 51.4%.
9. De acuerdo con las instalaciones de la Unidad de Pago de Premios cuenta con la rotulación debida, un 52% de los entrevistados señalaron que la Unidad de Pago de Premios cuenta con rotulación para evacuación, en el caso que se presente una emergencia.
10. Por último, en base con las posibles capacitaciones y las complicaciones y/o limitaciones qué debe enfrentar los Socios Comerciales de Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas, se detallan aquellas variables con un mayor porcentaje que fueron:

a) En relación con las capacitaciones se destacan:

- Servicio al cliente.
- Cómo promocionar el producto.
- Cómo llevar las finanzas personales.
- Como llevar las finanzas en los puestos.
- Cómo llevar las Declaraciones Tributarias.
- Información sobre los productos de la JPS.

b) Con base con las inconveniencias que manifestaron enfrentar los Socios Comerciales, se recalcan:

- Falta de publicidad de los productos.
- Información de trámites en la Web-Institucional.
- Falta de programas de motivación.
- Deficiencias con el soporte técnico que brinda la Junta de Protección Social.
- Falta del apoyo por parte de la administración de la Junta de Protección Social.
- Software.
- Horario de la Junta de Protección Social.



### **SUGERENCIAS**

Del análisis de los resultados del estudio, seguidamente se detallan algunas sugerencias que agradecemos sean valoradas y en la medida de lo posible implementadas, con el propósito de mejorar el servicio a los usuarios:

#### **Gerencia de Operaciones y Unidad de Pago de Premios**

- a) Dar una felicitación a la Unidad de Pago de Premios, ya que los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas manifestaron en las variables de calidad del servicio, rapidez en la atención, colaboradores demuestran conocimiento sobre la gestión, servicios satisfacen las necesidades y que el colaborador nunca ha maltratado verbalmente a este gremio, obtuvo una calificación satisfactoria.

Asimismo, en relación con la infraestructura las variables de: instalaciones físicas en buen estado, instalaciones limpias e iluminación apropiada, obtuvo una calificación digna.

- b) Valorar la posibilidad de colocar más basureros en puntos estratégicos que sean fáciles de ubicar e instalar letreros informativos sobre el servicio que brinda la Unidad de Pago de Premios.
- c) Revisar los requisitos de los tramites que se realizan en la Unidad de Pago de Premios con el propósito de identificar la existencia de requisitos innecesarios, y posibilidades de mejora en los tiempos establecidos para su atención, en forma coordinada con el Oficial de Mejora Regulatoria y Simplificación de Trámites Institucional, lo correspondiente.

- d) Valorar la posibilidad de ampliar el horario establecido para la recepción de premios a Socios Comerciales (de 8.30 a 9:30 a.m).
- e) Valorar la posibilidad de consultar por medio de una investigación dirigida los Socios Comerciales de Zonas Alejadas, propuestas relacionadas con el cambio de premios vía sistema y la entrega de paquetes, de forma tal que se mejore el servicio y que sea de beneficio para los Socios Comerciales y para la Institución.
- f) Gestionar una reunión virtual con los Socios Comerciales, para conocer los inconvenientes más frecuentes que se les presentan con los sistemas para pago de premios, y coordinar con el Departamento de Tecnologías de la Información, con el propósito diseñar un plan de asistencia, mantenimiento y/o mejora.
- g) Coordinar con la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas y el Departamento de Mercadeo, la posibilidad de suministrar material informativo a los Socios Comerciales ya sea impreso y/o audiovisual, sobre los diferentes productos preimpresos y electrónicos institucionales, entre otros.
- h) Valorar la posibilidad de que la Unidad de Pago de Premios gestione capacitaciones dirigidas a los Socios Comerciales, para esta formación debe tomarse en cuenta que hay empresas especializadas en el área de servicio al cliente, de acuerdo con las necesidades, cultura propia de la Junta de Protección Social enfocada hacia el Socio Comercial.

Asimismo, se considere la posibilidad de formar un equipo de capacitación propio de la institución, con la participación de varios departamentos de acuerdo con su especialidad con temas de interés que solicitan los Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas indicadas en este estudio.

- i) Se informe a los vendedores de lotería en general que la Junta de Protección Social cuenta con una página web dirigida específicamente a los vendedores de loterías, con la ruta <https://www.vendedoresdeloteria.com/>, en dicha página tiene información, capacitaciones, medidas de sorteos, entre otros.



Video 1: Ustedes son nuestra fuerza para ¡Seguir Adelante!



Asimismo, se le puede indicar a las Socios Comerciales del Gran Área Metropolitana y Zonas Alejadas qué en esta página web, hay producciones audiovisuales con capacitaciones tales como: Reintentando mi trabajo, tema del área financiera, Potenciando su marca personal, Herramientas esenciales para hacer crecer sus ventas, Sinpe Móvil, uso del APP de Sinpe móvil del área de ventas, Estrategias de Mercadeo y herramientas de conversión, temas del área de Mercado y realizar reuniones trimestrales virtuales con los socios, con el fin de estar evaluando sus necesidades, entre otros.

- j) Solicitar a la Unidad de SOGARS, valorar si la Unidad de Pago de Premios, cuenta con rotulación apropiada de acuerdo con los protocolos de emergencia y en caso contrario que se proceda a colocar rotulación foto luminiscente de emergencia, ya sea nivel bajo, rutas de escape, puertas de salida de emergencia y otros requeridos según la normativa establecida al respecto.

---

Elaborado por:  
Clifford Rodríguez Barrios  
**Contraloría de Servicios**

---

Revisado y aprobado por:  
Gina Ramírez Mora  
**Contralora**  
**Contraloría de Servicios**

# ANEXOS

## **Anexo N°1**

N.º de Cuestionario \_\_\_\_\_

### **Junta de Protección Social Contraloría de Servicios Sondeo de Opinión para Socios Comerciales**

Buenos días/tardes

La Contraloría de Servicios está realizando un sondeo de opinión a los socios comerciales sobre la calidad en la atención del pago de premios y otros aspectos de interés institucional; razón por la cual consideramos muy importante su opinión. La información recopilada será tratada con la debida confidencialidad, amparado en lo establecido en el artículo 42 de la Ley No. 9158" Ley Reguladora del sistema Nacional de Contralorías de Servicios".

#### **1- Cómo considera el servicio que brinda la Unidad de Cambio de Premios, para Socios Comerciales, de acuerdo con la siguiente tabla (Pregunta de opción única)**

<b>Detalle</b>	<b>Satisfactorio</b>	<b>Insatisfactorio</b>	<b>NS/NR</b>
1- Calidad del servicio			
2- Rapidez en la atención			
3- Trato personal			
4- El colaborador demuestra conocimiento sobre la gestión que requiere realizar.			
5- Los equipos de cómputo que se utilizan ayudan a que el servicio sea rápido y eficiente			
6- Ofrecen servicios que satisfacen las necesidades al cliente			
7- Ha efectuado trámites innecesarios			
8- Ha tenido que esperar sin ningún motivo			
9- Cuando hay algún problema, el colaborador le resuelve rápidamente.			
	SI	NO	NS/NR
10-Ha recibido maltrato verbal por parte del colaborador que atiende su gestión. (si la respuesta es SI, se continua, y en caso contrario que la respuesta es negativa, se pasa a la pregunta 2)			

11 (En caso de una respuesta positiva, indique cuál fue el maltrato físico)

---

---

---

2- ¿Cómo considera el horario establecido de 8:30 a.m. a 9:30 a.m., para la recepción de premios? (Pregunta de selección única)

Satisfactorio       2- Insatisfactorio

3- ¿Qué le parece la doble recepción para atención de los sorteos extraordinarios?

Satisfactorio       2- Insatisfactorio

4- ¿El software que le brindo la Junta de Protección social para el pago y cierre de cambios de premios cumple con sus necesidades?

1- Satisfactorio       2- Insatisfactorio   
(Sí es insatisfactorio indique por favor las razones)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5- ¿Cuál es el tiempo de espera para ser atendido, para recibir sus paquetes es? (Pregunta de selección única)

1- De 1 a 2 minutos	2- 3 a 5 minutos	3- 6 a 10 minutos	4-Otros indiquen	5-No Sabe o No responde

6- ¿Cuál día de la semana, considera usted que el trámite de pago de premios es lento? (selección múltiple)

1-Lunes	2-Martes	3-Miércoles	4-Jueves	5-Viernes	6-No aplica

7- ¿Considera que el sistema actual de cambios de premios se ajusta a sus requerimientos cómo Socio comercial? (Pregunta de selección única)

1- Sí       2- NO   
(Si su respuesta es negativa indique las razones)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**8- De acuerdo con las directrices del Gobierno (Covid-19), para la recepción de pago de premios, se cumple con las medidas sanitarias establecidas (uso de protector facial plástico, guardar la distancia, cubre bocas y dispensador de alcohol)**

1- Sí

2- NO

3- No aplica

(Si su respuesta es negativa indique las razones)

---

---

---

**9- Gestiona el pago de premios mediante Letra de Cambio.**

1- Sí

2- NO

**10-¿Cómo calificaría las instalaciones físicas donde es atendido, de acuerdo con la siguiente tabla? (Pregunta de selección única)**

	<i>De acuerdo</i>	<i>Desacuerdo</i>	<i>NS/NR</i>
1-Las instalaciones están en buen estado.			
2- Las instalaciones están limpias.			
3- Hay suficientes basureros y son fáciles de ubicar.			
4-La iluminación es apropiada.			
5- La ventilación es adecuada.			
6-Hay letreros informativos según el servicio brindando.			

**11- ¿Considera usted que las instalaciones de la Unidad de Premios cuentan con la rotulación debida para evacuación, en caso de una emergencia? (Pregunta de selección única)**

1- Si

2- NO

3- No aplica



**12- ¿De los aspectos indicados en la siguiente tabla, cuáles consideraría como una complicación y/o limitación que debe enfrentar un Socio Comercial? (Marque las opciones que considere pertinente)**

1- Horario de la Junta de Protección Social	
2- Oportunidad en el depósito del dinero correspondiente al cambio de premios.	
3- Software	
4- Bloqueos en el sistema de computo	
5- Información de trámites en la Web-Institucional	
6- Falta de publicidad de los productos	
7- Precios de las diferentes loterías	
8- Falta de programas de motivación	
9- Falta de capacitación Indicar Temas:	
10- Deficiencias con el soporte técnico que brinda la Junta de Protección Social	
11- Falta del apoyo por parte de la administración de la Junta de Protección Social cuando hay al algún tipo de problema.	
12- Producto que no es del agrado del cliente Cual _____	
13- Otros	

**13- Su puesto de Socio comercial ésta localizado en:**

1-San José	2-Heredia	3-Puntarenas	4-Guanacaste	5-Cartago	6-Alajuela	7-Limon

Indique el cantón: \_\_\_\_\_

Comentarios o sugerencias:

---



---



---

## Anexo N°2



04 de agosto del 2020  
JPS-GG-GO-PP -0859- 2020

Señora  
Gina Ramírez Mora,  
Contraloría de Servicios  
Presente. -

Estimada señora:

Por este medio y atendiendo el oficio JPS-GG-CS-0275-2020, con el que solicitan el listado actualizado de los Socios Comerciales con sus respectivos correos electrónicos y números de telefónicos, con la finalidad de cumplir con la meta del Pao 2020, se procede a remitirlo en documento adjunto.

Atentamente,

CARLOS  
ALBERTO  
CANTERO  
TREJOS  
(FIRMA)

Firmado digitalmente por  
CARLOS ALBERTO  
CANTERO TREJOS  
(FIRMA)  
Fecha: 2020.08.06  
15:26:06 -06'00'

Carlos Alberto Cantero Trejos, Encargado  
Unidad Pago de Premios

cct/ffm

CC: Archivo



## Anexo N°3



### SOCIOS COMERCIALES, COORPORATIVOS Y COOPERATIVAS

No.	SOCIO COMERCIAL	NÚMERO TELEFONICO	Correo electrónico
1	Asejups	2522-2299/2522-2298	<a href="mailto:asejups@ips.go.cr">asejups@ips.go.cr</a> ,
2	Ariana Espinoza Sequeira	2685-7038	<a href="mailto:aripinozaes79@gmail.com">aripinozaes79@gmail.com</a> ,
3	Ángela Angulo Angulo	2688-8962	<a href="mailto:yadirasietecuero45@hotmail.es">yadirasietecuero45@hotmail.es</a> .
4	Victor Cruz Sanchez	8813-3041	<a href="mailto:vsan1579@gmail.com">vsan1579@gmail.com</a>
5	Kattia Pizarro Moraga	2680-6139	<a href="mailto:kpizarro@gmail.com">kpizarro@gmail.com</a> ,
6	Sibaja Mora Luis Gerardo	8364-5549	<a href="mailto:csibaja1955@hotmail.com">csibaja1955@hotmail.com</a> ,
7	Katherine Gamboa Rojas	7063-8421/2226-6076	<a href="mailto:puestolk@hotmail.com">puestolk@hotmail.com</a>
8	Roberto Mora Saborio	8840-0561/2291-8814	<a href="mailto:Rems.02@hotmail.com">Rems.02@hotmail.com</a>
9	Miriam Soto Castillo	8526-2152/2432-5419	<a href="mailto:miriamsoto066@gmail.com">miriamsoto066@gmail.com</a>
10	Rigoberto Vargas Ballester	2450-1869 / 8973-1842	<a href="mailto:ballester69@hotmail.com">ballester69@hotmail.com</a>
11	Javier Gutiérrez Montero	8865-3194/2226-3968	<a href="mailto:puestoloteria@hotmail.com">puestoloteria@hotmail.com</a>
12	Felipe Díaz Miranda	8380-0624/2222-0811	<a href="mailto:fedimi@ice.co.cr">fedimi@ice.co.cr</a>
13	Victoria Rojas Brizuela	8918-8181/2224-5950	<a href="mailto:puesto_vic@hotmail.com">puesto_vic@hotmail.com</a>
14	Obliden Camacho Fallas	2256-1167	<a href="mailto:obliden@gmail.com">obliden@gmail.com</a>
15	Eladio Angulo Picado	8358-7699/2280-4623	<a href="mailto:eladioangulo72@gmail.com">eladioangulo72@gmail.com</a>
16	Luis Fernando Cerdas Rojas	88874374/2256-0283	<a href="mailto:lcerdas@hotmail.com">lcerdas@hotmail.com</a>
17	Ericka Gómez Gamboa	8831-2431	<a href="mailto:evgoza@hotmail.com">evgoza@hotmail.com</a>
18	Gerardina Serrano Abarca	8759-1140	<a href="mailto:gserranoabar@gmail.com">gserranoabar@gmail.com</a>
19	Edwin Porras Rojas	8512-4769/2251-3583	<a href="mailto:edwin.porras80@hotmail.com">edwin.porras80@hotmail.com</a>
20	Sandra Zúñiga Quesada	8339-9794/2279-2797	<a href="mailto:sandrazq2@hotmail.com">sandrazq2@hotmail.com</a>
21	Walter Ballester Umaña	8385-2360/2244-8228	<a href="mailto:walterballesterou@gmail.com">walterballesterou@gmail.com</a>
22	Andres González Bell	8815-0079	<a href="mailto:adrigon21@gmail.com">adrigon21@gmail.com</a>
23	Adrián González Bell	8318-3869/2269-9174	<a href="mailto:andgobell@hotmail.com">andgobell@hotmail.com</a>

(506) 2522-2000

Apdos.: 1979-1000 / 592-1000. San José, CR.

www.ips.go.cr

pág. 1



24	Fernando Brenes Rodríguez	8422-0692	<a href="mailto:brenes37@netmail.cr">brenes37@netmail.cr</a>
25	Gildardo Montoya Buenaventura	8833-9293/8387-1795 /2262-7230/2261-6404	<a href="mailto:sextaavenidadgmb@gmail.com">sextaavenidadgmb@gmail.com</a>
26	Mariela Orozco Araya	8963-0244-	<a href="mailto:mari.3110@hotmail.com">mari.3110@hotmail.com</a>
27	Nelson Arbaiza Umaña	8669-8917	<a href="mailto:arbaizanselson@gmail.com">arbaizanselson@gmail.com</a>
28	Chritofer Quintana Serrano	8767-1024	<a href="mailto:chris03quintana@gmail.com">chris03quintana@gmail.com</a>
29	Elias Cruz Sanchez	8821-7325	<a href="mailto:ecruz83@gmail.com">ecruz83@gmail.com</a>
30	Andrés Quintana Serrano	7106-4683	<a href="mailto:guinser12@gmail.com">guinser12@gmail.com</a>
31	Steffhannie García del Valle	8773-4559	<a href="mailto:steffdelvalle87@gmail.com">steffdelvalle87@gmail.com</a>
32	Johanna Camacho Rojas	8837-7262	<a href="mailto:jev-6@hotmail.com">jev-6@hotmail.com</a>
33	Salvador Zeledón Villalobos	8308-7828	<a href="mailto:szeledon@hotmail.com">szeledon@hotmail.com</a>
34	Ticofonia	2289-0973	<a href="mailto:baleman@ticofonia.com">baleman@ticofonia.com</a>
35	Coopeflores	2265-6268/2265-4214	<a href="mailto:gerencia@coopeflores.com">gerencia@coopeflores.com</a>
36	Coopeplot	2223-3755	<a href="mailto:cajas@coopeplot.com">cajas@coopeplot.com</a> - <a href="mailto:coopeplot@ice.co.cr">coopeplot@ice.co.cr</a> - <a href="mailto:secretaria@coopeplot.com">secretaria@coopeplot.com</a>
37	Coopepacivelot	2221-1723	<a href="mailto:aporras@coopepacivelot.com">aporras@coopepacivelot.com</a> - <a href="mailto:fe@coopepacivelot.com">fe@coopepacivelot.com</a>
38	Cocovelot	2233-3307	<a href="mailto:cocovelot@yahoo.com">cocovelot@yahoo.com</a>
39	Coopecivel	2233-8911	<a href="mailto:coopecivel@ice.co.cr">coopecivel@ice.co.cr</a> - <a href="mailto:info@coopecivel.org">info@coopecivel.org</a>
40	Banco de Costa Rica Ejecutiva Señorita Jessica Brenes Morales	2287-9000	<a href="mailto:jsbrenes@bancobcr.com">jsbrenes@bancobcr.com</a>
41	Coopealianza Gerente de Licitaciones y Convenios, señor Andrey Ureña Hernández	4800-2473	<a href="mailto:aurena@coopealianza.fi.cr">aurena@coopealianza.fi.cr</a>

(506) 2522-2000

Apdos.: 1979-1000 / 592-1000. San José, CR.

www.ips.go.cr

pág. 2

Elaborado por:  
FLORY PATRICIA  
FERNANDEZ  
MURILLO (FIRMA)

Firmado digitalmente  
por FLORY PATRICIA  
FERNANDEZ  
MURILLO (FIRMA)  
Fecha: 2020.08.04  
15:03:53 -06'00'

Aprobado por:  
CARLOS  
ALBERTO  
CANTERO  
TREJOS (FIRMA)

Firmado digitalmente  
por CARLOS ALBERTO  
CANTERO TREJOS  
(FIRMA)  
Fecha: 2020.08.06  
15:49:41 -06'00'

## Anexo N°4



Cliffder Barrios Rodriguez

Mar 18/08/2020

Para: Flory Patricia Fernandez Murillo

CC: Carlos Alberto Cantero Trejos; Gina Patricia Ramirez Mora; Jenny Bettina Gonzalez Delgado



Buenas Flory

De acuerdo con el JPS-GG-GO-PP -0859- 2020, sobre los socios comerciales, me puedes por favor ayudar con la siguiente información

- 1- ¿Qué es un Socio Comercial?
- 2- ¿Cuál es la normativa vigente que regula a un Socio Comercial?
- 3- U otros detalles que consideres pertinente

Lo anterior, es con el propósito de agregar información en el sondeo de opinión

Muchas gracias



### Consulta sobre socios comerciales



Carlos Alberto Cantero Trejos

Mar 18/08/2020 15:01

Para: Cliffder Barrios Rodriguez



Buenas tardes, un socio comercial es un vendedor que decide convertirse en empresario e invertir para dar la atención a nuestros clientes disponiendo un local, en un lugar concurrido y con ciertas condiciones verificadas por la administración, para vender nuestros productos y cambiar premios, cumpliendo con la normativa sobre la especulación, el acaparamiento y el cobro sobre el pago. A cambio recibe un 1% sobre el cambio de premios y, cuando hay disponibilidad, una cantidad adicional de lotería por medio de excedente.

La normativa que los rige es el "Convenio para constituirse Socio Comercial de la Junta de Protección Social" que emite el Departamento de Ventas de la Gerencia de Operaciones.

Esta figura es parte de lo que se estableció en la Desconcentración de los Servicios de la Junta que tenía como objetivos llevar nuestros productos más cerca de nuestros clientes a precio oficial y sin acaparamiento, así como lograr el pago de premios por medio de nuestro sistema y sin que se cobrara al ganador ningún tipo de remuneración por el servicio. Actualmente la Gerencia de Operaciones está tratando de establecer más convenios de este tipo.

Atentamente,



Evite imprimir. Piense en su compromiso con el ambiente.



Clifferd Barrios Rodriguez

Mar 18/08/2020 .

Para: Carlos Alberto Cantero Trejos

CC: Gina Patricia Ramirez Mora; Jenny Bettina Gonzalez Delgado

Buenas Carlos

Gracias por la información; sin embargo hay algún documento, que lo sustente lo indicado y te lo agradecería

Clifferd

...

### Consulta sobre socios comerciales



Carlos Alberto Cantero Trejos

Mar 18/08/2020 16:03

Para: Clifferd Barrios Rodriguez

CC: Gina Patricia Ramirez Mora; Jenny Bettina Gonzalez Delgado



Sí existen documentos. Hay proyecto en la Gerencia de Operaciones, denominado Ave Fenix que retomó y fortaleció el establecimiento de socios. Yo no lo tengo, pero en la Gerencia con gusto se lo facilitan y los convenios para Socios Comerciales lo tiene el Departamento de Ventas. Tampoco tengo la última versión que se está utilizando actualmente.

Atentamente,

**Carlos Alberto Cantero Trejos**  
Encargado Unidad de Pago de Premios y Servicio de Depósitos

☎ 2522-2120  
🌐 [www.jps.go.cr](http://www.jps.go.cr)  
📌 /SitioJPS

COSTA RICA  
GOBIERNO DEL BICENTENARIO  
1919 - 2019

Evite imprimir. Piense en su compromiso con el ambiente.

...

[Responder](#)

[Responder a todos](#)

[Reenviar](#)

## **Anexo °5**

Para cualquier consulta sobre Propuesta de Plan de Mejora y cronograma debe de llamar al 25222-2010 y hablar con el señor Clifferd Barrios o la Señora Gina Ramírez.

### **Propuesta de Plan de Mejora**

Junta de Protección Social

UNIDAD:

FECHA DE

ELABORACION

DEL INFORME:

MACHOTE DE

PLAN DE

MEJORA

<b>INDICADOR OBJETIVO</b>	<b>DEL</b>	<b>TAREAS (Usar verbos infinitivos)</b>	<b>RESULTADOS PROPUESTOS</b>	<b>PLAZO</b>	<b>RECURSOS ECONOMICOS NECESARIOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>

Firma de  
responsable

Firma de responsable de parte de la Contraloría de Servicios

## Propuesta de Cronograma

### Junta de Protección Social

Unidad administrativa:

Fecha de elaboración del informe:

ACTIVIDADES	MES				MES				MES			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

Firma del responsable:

Firma del responsable de la Contraloría de Servicios: