

N° Informe AI JPS	Nombre Informe Auditoría Interna	Detalle hallazgo	Recomendaciones AI	Fecha emisión Informe de AI	Responsable cumplimiento	Fecha recepción recomendación Unidad	Contacto responsable	Fecha límite cumplimiento	Ampliación plazo	Acciones cumplimiento	Evidencia cumplimiento (Unidad Administrativa)	Condición de recomendación	Observaciones
02-2015	Verificación de los recursos del superávit específico, disponible para proyectos específicos del año 2010, transferidos por la Junta de Protección Social al Banco Hipotecario de la Vivienda, la Caja Costarricense del Seguro Social y el Ministerio de Salud	2.6 Recursos transferidos al Banco Hipotecario de la Vivienda, por la suma de c2.500.000.000.00.	4.1 Girar instrucciones al señor Milton Vargas Mora, Gerente General y al señor Julio Canales Guillén, Gerente de Desarrollo Social, para que en un plazo de 15 días hábiles coordinen con personal del Banco Hipotecario de la Vivienda, informándoles de las deficiencias encontradas en la inspección ocular que realizó esta Auditoría Interna, con la finalidad de que en esa institución se realicen los procedimientos o estudios que correspondan con la finalidad de determinar si se han dado incumplimientos, por parte de las empresas constructoras, en la ejecución de estos proyectos de viviendas y, en caso necesario, se proceda por parte del BANVHI a realizar las denuncias respectivas ante el Ministerio Público. De las gestiones que efectúe el Banco, deberá mantenerse informada a la Gerencia General de la Junta de Protección Social.	09/03/2015	Junta Directiva JPS	11/03/2015	Junta Directiva JPS			Parcialmente cumplida		Parcialmente cumplida	El BANVHI, según nota DF-DT-0F-0336-2019 del 10 de abril, suscrita por la Ing. Pamela Quirós Espinoza, jefe del Departamento Técnico del BANVHI, no compartió lo externado en los informes de Auditoría, tanto éste como el 05-2018, el cual es una ampliación a éste y se proyectó a valorar, de los recursos otorgados al BANVHI, únicamente los proyectos habitacionales "El Naranja" y "Las Orquídeas". La respuesta del Banco nos fue trasladada, motivo por el cual, se está ampliando el alcance del estudio.
02-2015	Verificación de los recursos del superávit específico, disponible para proyectos específicos del año 2010, transferidos por la Junta de Protección Social al Banco Hipotecario de la Vivienda, la Caja Costarricense del Seguro Social y el Ministerio de Salud	2.6.5.1 Proyecto de vivienda "Las Orquídeas"	4.2 A la Gerencia de Desarrollo Social, mantener un monitoreo permanente sobre las gestiones que lleve a cabo el Banco Hipotecario de la Vivienda para determinar si existen responsabilidades de las compañías constructoras, en la ejecución de los proyectos las Orquídeas en Guadalupe de Limón y en el Naranja, en Corredores, Puntarenas. De las gestiones que lleve a cabo esa Gerencia, mantener informada a la Gerencia General de nuestra institución.							Parcialmente cumplida		Parcialmente cumplida	La Junta de Protección Social ha mantenido un monitoreo, en cuanto a la respuesta del BANVHI solo abarcó el proyecto "El Naranja" no así sobre el de Las Orquídeas, en Guadalupe de Limón y a la fecha se desconoce cuál ha sido el seguimiento realizado por la Administración Activa en cuanto a este último proyecto o a la respuesta brindada por el BANVHI.
02-2015	Verificación de los recursos del superávit específico, disponible para proyectos específicos del año 2010, transferidos por la Junta de Protección Social al Banco Hipotecario de la Vivienda, la Caja Costarricense del Seguro Social y el Ministerio de Salud	2.3 Asignación de los recursos	4.3 Dado que el plazo para ejecutar los recursos según los convenios suscritos está vencido y los addendum que aprobó la Junta Directiva no fueron formalizados, definir las políticas a seguir en cuanto a los recursos transferidos a las siguientes instituciones y que, a la fecha del presente estudio, no han sido ejecutados:  a) Banco Hipotecario de la Vivienda: 6934.940.844.35 b) Caja Costarricense del Seguro Social: 6484.936.381.73 c) Ministerio de Salud 61.500.000.000.00							Parcialmente cumplida		Parcialmente cumplida	Sobre los recursos otorgados tanto al Ministerio de Salud, como a la CCSS todavía existían remanentes pero se desconoce de finiquitos o liquidaciones finales. En cuanto al BANVHI, aunque hizo devoluciones de remanente, existen proyectos sobre los cuales hay cuestionamientos sin resolver.
02-2015	Verificación de los recursos del superávit específico, disponible para proyectos específicos del año 2010, transferidos por la Junta de Protección Social al Banco Hipotecario de la Vivienda, la Caja Costarricense del Seguro Social y el Ministerio de Salud	2.4 Recursos transferidos al Ministerio de Salud, por la suma de c1.500.000.000.00.  2.5 Recursos transferidos a la Caja Costarricense del Seguro Social por la suma de c1.403.457.083.75.  2.6 Recursos transferidos al Banco Hipotecario de la Vivienda, por la suma de c2.500.000.000.00.	4.4 Solicitarle a la Gerencia de Desarrollo Social implementar los controles que considere conveniente, con la finalidad, de verificar que los recursos transferidos por la Institución al Banco Hipotecario de la Vivienda, la Caja Costarricense del Seguro Social y el Ministerio de Salud, se utilicen razonablemente y de conformidad con los convenios formalizados con cada Institución.									Cumplida	Se han realizado gestiones para que la Unidad de Fiscalización de Recursos, dependencia adscrita a la Gerencia de Acción Social, se encargue de realizar el seguimiento a estos recursos. Ver oficios JPS-GG-GDS: 124-2018, 362-2018, 08-2019, 18-2019, 034-2019, 35-2019, 56-2019,64-2019 111-2019 y GG-DGS-FRT-079-2019.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.2 Determinación de Políticas respecto a la Comunicación (Publicidad, Promoción, Patrocínios e Imagen Institucional)	4.1.1.- Establecer anualmente Políticas y Directrices claras y concretas a los Departamentos de Mercadeo, Ventas y Administradores de las Sucursales, donde se sugiere que se incorporen entre otros aspectos:  • El porcentaje máximo sobre los Ingresos que se debe destinar a la Publicidad.  • El tipo de lotería que requiere más publicidad.  • Recursos económicos que se deben destinar a cada una de las Campañas Publicitarias, radio, televisión y Patrocínios.  • Estudio sobre la demanda de lotería en las Sucursales vs cantidad de billetes asignados a cada una.  • Los resultados concretos que se esperan obtener en cada una de las Sucursales con respecto a la colocación de las loterías y sobre los recursos económicos invertidos en la Publicidad y Promoción.  Sobre dichas políticas se propone que se establezcan las fechas o periodos en que van a ser revisadas, con el fin de implantarlas, ajustarlas o eliminarlas, de conformidad con los cambios tanto internos como externos que se puedan presentar para mejorar la colocación de los productos que comercializa la Institución. (Punto N° 2.2 de resultados del estudio).	08/04/2015	Presidencia de Junta Directiva	28/04/2015	Della Villalobos Álvarez					Cumplida	En el acta extraordinaria N° 23-2018, se conoce el oficio JPS-GG-GPC-Mer-PPP 021 del 14 de marzo de 2018, enviado por la señora Evelyn Blanco Montero y el señor Claudio Madrigal Guzmán, con la propuesta de políticas en materia de publicidad y del área comercial; las cuales fueron aprobadas por parte de la Junta Directiva mediante acuerdo 496. Entre ellas las concernientes a los porcentajes de recursos destinados a los diferentes productos.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1 Estructura aprobada por MIDEPLAN	Como medida para reforzar el control interno existente sobre las operaciones relacionadas con la Gestión de Ventas, y la Comunicación (Publicidad, Promoción, Patrocínios e Imagen Institucional), se recomienda que:  4.2.1 Se proceda a evaluar la estructura aprobada por MIDEPLAN en el oficio DM-434-2012 del 16 de julio del 2012, con el fin de revisar los macroprocesos, procesos y subprocesos, para determinar:  a) Si existen eventuales recargos de funciones, inadecuado volumen y/o complejidad de las actividades.  b) Si se establecieron en forma clara las funciones que le corresponden a cada Unidad Administrativa, y  c) Si los responsables ha cumplido con las funciones encomendadas.  Lo anterior, con el fin de cumplir con el artículo N° 13 de la Ley General de Control Interno N° 8292 y las Normas N° 2.5 y N° 2.5.1 del Manual de Normas de Control Interno para el Sector Público.		Gerencia General		Julio Canales Guillén					No aplica	Esta recomendación se considera como no aplicable dado que la estructura que en su momento fue aprobada por MIDEPLAN en el oficio DM-434-2012 fue modificada por la estructura aprobada en el oficio DM-343-17 del 29 de mayo de 2017.

N° Informe AI JPS	Nombre Informe Auditoría Interna	Detalle hallazgo	Recomendaciones AI	Fecha emisión informe de AI	Responsable cumplimiento	Fecha recepción recomendación Unidad	Contacto responsable	Fecha límite cumplimiento	Ampliación plazo	Acciones cumplimiento	Evidencia cumplimiento (Unidad Administrativa)	Condición de recomendación	Observaciones
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1 Estructura aprobada por MIDEPLAN	4.2.2 Valorar para el cumplimiento de los fines institucionales; la conveniencia de incorporar en una sola Gerencia las dependencias encargadas de la Gestión de Ventas, Supervisión de Venta de Loterías, Distribución de Lotería, Control de Nómina y Adjudicación y Contratos, las cuales en la nueva Estructura Organizativa de la Junta de Protección Social fueron separadas entre la Gerencia de Producción y Comercialización y la Gerencia de Operaciones, con la finalidad de que se mantenga entre estas unidades las relaciones jerárquicas, líneas de dependencia y una estricta coordinación, así como la relación con otros elementos que conforman la gestión de ventas de los productos que comercializa la Junta de Protección Social y el logro de los objetivos institucionales planteados. (Punto N° 2.1 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	Esta recomendación se considera como cumplida, dado que la estructura que en su momento fue aprobada por MIDEPLAN en el oficio DM-434-2012 fue modificada por la estructura aprobada en el oficio DM-343-17 del 29 de mayo de 2017, en la cual no se incluye una Gerencia de Operaciones.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1 Estructura aprobada por MIDEPLAN	4.2.3 Determinar en forma clara cuál Unidad Administrativa es la responsable de la gestión y seguimiento de las ventas de las loterías preimpresas y electrónicas, entendiéndose como Gestión de Ventas, la Unidad encargada de incorporar nuevos Puntos de Venta y vendedores, así como el seguimiento de la colocación efectiva de las mismas. (Punto N° 2.1 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén			CUMPLIDA	Con respecto a la Unidad encargada de llevar el seguimiento de las loterías preimpresas prevalece lo externado en JPS-GG-GPC-319-2018. Con respecto a la Unidad encargada de incorporar nuevos Puntos de Ventas y Vendedores es la Unidad de Gestión de Ventas, se harán las gestiones para incorporarla en el "Módulo de Seguimiento de Recomendaciones".	Parcialmente cumplida	En oficio GG-GPC 0204-2017 de fecha 03 de abril de 2017, se indica que la Unidad encargada de llevar el seguimiento de las ventas de las Loterías Preimpresas y Electrónicas es el Departamento de Mercadeo.  En cuanto a la Unidad encargada de incorporar nuevos Puntos de Venta y vendedores, no se observa en el Sistema de Seguimiento de Recomendaciones la inclusión de alguna acción que respalde tal definición.  Por tanto esta recomendación se mantiene como parcialmente cumplida, asimismo, se recuerda que mediante el oficio AI 157 del 13/02/2018, se indicó que el medio oficial para llevar a cabo el seguimiento de las recomendaciones es el "Módulo de Seguimiento de Recomendaciones".
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1 Estructura aprobada por MIDEPLAN	4.2.4 Verificar si dentro del Reglamento Orgánico que se encuentra en proceso de actualización se incluyen los cambios de la nueva Estructura Organizativa, así como si se incluyen los efectos de la recomendación emitida en el punto N° 2.1 de resultados del estudio.		Gerencia General		Julio Canales Guillén					No aplica	Esta recomendación se considera como no aplicable dado el cambio de la estructura aprobada por el Mideplan en el oficio DM-434-2012.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.3. Definición de funciones y responsables establecidos en el Reglamento Orgánico y el Manual de Funciones Vs Metas incluidas en los Planes Anuales Operativos del Departamento de Adjudicación y Ventas (denominado "Departamento de Loterías" y Mercadeo)	4.2.5 Girar instrucciones para que las diferentes dependencias que se relacionan con la Gestión de Ventas y Comercialización de Loterías, eviten incluir Metas que incorporen funciones rutinarias tales como "Distribuir en el mercado la mayor cantidad posible de lotería entre los adjudicatarios y vendedores de lotería", y en su defecto incorporen metas dirigidas a incrementar la colocación de las loterías preimpresas. (Punto N° 2.3 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  Las diferentes dependencias incorporaron dentro del Plan Anual Operativo del 2016 y 2017, metas dirigidas a incrementar la colocación de las lotería preimpresas.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.4. Traslado de la función de Gestión de Ventas	4.2.6 Una vez analizada la recomendación emitida por esta Auditoría Interna en el punto N° 4.2.1, se valore si se solicita a la Junta Directiva Institucional que se deje sin efecto o se modifique lo establecido en el acuerdo JD-492, artículo VIII), inciso 1) de la sesión N° 33 celebrada el 17 de octubre del 2006, donde el Órgano Director aprobó la nota MER-406 del 21 de setiembre del 2006 y el oficio G-2978 del 05 de octubre del 2006, o bien que la administración se adhiera a acuerdo en cita. (Punto N° 2.4 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	En el oficio N° JPS-ID-SID-627-2019 del 08 de agosto de 2019, se indica que mediante el acuerdo JD-589 correspondiente al Capítulo IV), artículo 12) de la Sesión Ordinaria 45-2019 celebrada el 05 de agosto de 2019, se conocen los oficios JPS-GG-2884-2018 de la Gerencia General y JPS-GG-GPC-744-2018 del 10 de diciembre de 2018 del señor Claudio Madrigal, en ese momento Gerente de Producción y Comercialización y se dispone:  Se autoriza que los colaboradores William Solís Morales y Javier Cascante Ureña, continúen en el Departamento de Mercadeo de forma permanente, realizando funciones técnicas propias de su puesto, esta disposición rige a partir de esta fecha.  En cuanto a las dos plazas restantes que se trasladaron mediante acuerdo N° JD-492, artículo VIII), inciso 1) de la sesión N° 33 celebrada el 17 de octubre del 2006, esta Auditoría a manera de colaboración para la Administración Activa, se corroboró que dichas plazas se encuentran realizando labores relacionadas con la gestión de ventas, no obstante, se recuerda que mediante el oficio AI 157 del 13/02/2018, se indicó que el medio oficial para
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.5. Manuales de Procedimientos que documenten las actividades relacionadas con la Publicidad, Promoción e Imagen Institucional  2.5.1 Departamento de Mercadeo	4.2.7 Se giren instrucciones al Departamento de Mercadeo de forma que proceda a actualizar los Manuales de Procedimientos que incorporan todas las acciones que se ejecutan y que se relacionan con la Publicidad y la Promoción, y aquellas labores que le sean asignadas. Una vez confeccionados dichos manuales los mismos deben ser remitidos para revisión por parte del Departamento de Planificación y posterior aprobación de la Gerencia General. (Punto N° 2.5.1 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	Se considera como cumplida por cuanto se realizó una actualización de los Manuales de Procedimientos, aprobada mediante oficio G-278 del 07 de febrero de 2014.

N° Informe AI JPS	Nombre Informe Auditoría Interna	Detalle hallazgo	Recomendaciones AI	Fecha emisión informe de AI	Responsable cumplimiento	Fecha recepción recomendación Unidad	Contacto responsable	Fecha límite cumplimiento	Ampliación plazo	Acciones cumplimiento	Evidencia cumplimiento (Unidad Administrativa)	Condición de recomendación	Observaciones
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.5.2 Relaciones Públicas	4.2.8 Se giren instrucciones a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, para que elabore los Manuales de Procedimientos de dicha dependencia. Estos manuales deben incorporar todos aquellos labores que le fueron asignados a esta unidad, asimismo, los manuales deben ser remitidos para revisión por parte del Departamento de Planificación y posterior aprobación de la Gerencia General, conforme lo establece el Reglamento Orgánico vigente de la Institución. (Punto N° 2.5.2 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén			Parcialmente cumplida		Parcialmente cumplida	El Departamento de Planificación le remite a la Gerencia General, mediante oficio JPS-PP-224 del 25/05/2018, el resultado de la segunda revisión de los Manuales de Procedimientos de los Asesores de la Junta Directiva; indicándose que se recomienda la aprobación del Manual de Comunicación y Relaciones Públicas.  Por lo anterior, esta recomendación se clasifica como parcialmente cumplida, dado que no se ha observado la aprobación de los Manuales de Procedimientos de esta Unidad.  A la fecha del presente seguimiento 19/09/2019, no se observan acciones adicionales por parte de la Administración Activa.  Se recuerda que mediante los oficios N° AI-150 y AI-157 del 13/02/2018, se indicó que el medio oficial para llevar a cabo el seguimiento de las recomendaciones es el "Módulo de Seguimiento de Recomendaciones".
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.6 Planes Estratégicos del Departamento de Mercadeo y Relaciones Públicas 2.6.1 Departamento de Mercadeo	4.2.9 Tomar las medidas que correspondan para que: a. El Departamento de Mercadeo una vez que confeccione los Planes Anuales de Mercadeo; los remita a la Gerencia General para que esta dependencia lo envíe a la Presidencia de Junta Directiva, con el propósito de que sean conocidos y aprobados por el Órgano Colegiado, ya que dichos planes disponen de información sobre la Estrategia de Publicidad a aplicar durante cada periodo de operación, el presupuesto total de publicidad y promoción de los productos que se comercializan, y otra información importante, que bien pueden ser modificados o corregidos con el fin de alcanzar los Objetivos Institucionales. (Punto 2.6.1 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  En el acta extraordinaria N° 02-2016 del 21/01/2016, la Junta Directiva da por conocida la "Estrategia para la comercialización de los productos impresos de la Junta de Protección Social para el año 2016"
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.6 Planes Estratégicos del Departamento de Mercadeo y Relaciones Públicas 2.6.2 Planes Estratégicos de Relaciones Públicas.	b. La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas elabore anualmente el Plan Estratégico referente a la imagen institucional y Patrocínios y lo presente ante la Gerencia General, para que esta dependencia lo envíe a la Presidencia de Junta Directiva, con la finalidad de que sea conocido y aprobado por el Órgano Colegiado. (Punto N° 2.6.1 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	Se observó la elaboración de un Plan Estratégico para el Área de Comunicación.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.7 Análisis de las metas planteadas en los Planes Anuales Operativos por parte de Ex Dirección de Producción y Ventas, el Departamento de Mercadeo y el Departamento de Adjudicación y Ventas y seguimiento de los Informes presentados (Rendición de Cuentas).	4.2.9 Tomar las medidas que correspondan para que: c. Las diferentes dependencias encargadas de la Distribución de Loterías, Gestión de Ventas, Publicidad y Comunicación y Promoción, incorporen metas en los Planes Anuales Operativos dirigidos a llevar un verdadero esfuerzo para alcanzar el impulso que se requiere en las ventas de las diferentes loterías y alcanzar los Objetivos Institucionales. (Punto N° 2.7 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  Las diferentes dependencias incorporaron dentro del Plan Anual Operativo del 2016 y 2017, metas dirigidas a incrementar la colocación de las lotería preempresas.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013		d. Las dependencias que llevan a cabo la Distribución de Loterías, Gestión de Ventas, Publicidad y Comunicación, remitan los informes de Rendición de Cuentas a la Gerencia General, con el fin de que la Administración Activa lleve a cabo un análisis sobre los resultados de las metas, con el fin de tomar medidas correctivas de las posibles desviaciones que impiden el cumplimiento de las metas propuestas. (Punto N° 2.7 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  De conformidad con la nota PI 454 del 10 de noviembre del 2016, el Departamento de Planificación, le comunica a la Gerencia General el Informe Institucional de seguimiento y/o evaluación de metas PAO al 30 de setiembre 2016 (III Trimestre). Así mismo, se observó mediante la presentación realizada que se encontró adjunto a la nota PI 454, que las diferentes dependencias, remitieron los resultados de las metas propuestas.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.8.2 Objetivos y responsabilidades asignadas a las Comisiones en los Acuerdos de Junta Directiva	4.2.10 Se proceda a valorar la operación de las Comisiones conformadas tales como: "Comisión Institucional de Comunicaciones", "Comisión de Patrocinio Deportivo y Cultural"; "Comisión de Ventas"; "Comité de Negocios", "Comisión de Responsabilidad Social" y la "Comisión de Diseño", con el fin de determinar si procede su funcionamiento, en caso contrario se tomen los correspondientes acuerdos de Junta Directiva para eliminar o anular las comisiones que no están en funcionamiento. (Punto 2.8.2 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:</b>  Dado que la Junta Directiva en Sesión Extraordinaria según Acta N° 18-2014 del 02 de diciembre de 2014, acordó dejar sin efecto todas aquellas comisiones o comités que no cumplan con una disposición reglamentaria o legal, de la misma forma se deja sin efecto la recomendación en mención.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.8.3 Operación de las comisiones nombradas por la Junta Directiva	4.2.11 Se solicite a la Junta Directiva que en el momento en que se proceda a conformar una comisión, se incorpore en el acuerdo de Junta Directiva no solo los puestos de los funcionarios que la conforman, sino también los siguientes aspectos:  • Los objetivos del funcionamiento de las mismas, • La publicación meta, • Las políticas, • Las responsabilidades concretas de cada una, • Las funciones de la comisión, • Número y nombre de los que conforman la Comisión, • Periodo de vigencia de los puestos, • Facultades de cada miembro, • Procedimiento en caso de renuncia de alguno de los miembros, • Periodicidad y/o fechas de las reuniones (Reuniones ordinarias y extraordinarias). (Punto 2.8.3 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  Se da por cumplida la presente recomendación, según acuerdo de Junta Directiva de la Junta de Protección Social JD-636 de la Sesión Ordinaria Acta N° 21-2016 del 13 de junio del 2016, donde dicho Órgano Colegiado acogió la recomendación girada por esta Auditoría Interna.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.8.4 Coordinación existente entre las Comisiones, Superiores Jerárquicos y responsables de analizar las propuestas	4.2.12 La Junta Directiva Institucional proceda a dejar claro en los Acuerdos de Junta Directiva, cuáles comisiones serán las que operarán en materia de Comunicación Publicidad, Promoción, Patrocínios e Imagen Institucional), cumpliendo los aspectos mencionados en la recomendación 4.2.11. (Punto 2.8.4 y 2.9 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:</b>  Dado que la Junta Directiva en Sesión Extraordinaria según Acta N° 18-2014 del 02 de diciembre de 2014, acordó dejar sin efecto todas aquellas comisiones o comités que no cumplan con una disposición reglamentaria o legal, de la misma forma se deja sin efecto la recomendación en mención.

N° Informe AI JPS	Nombre Informe Auditoría Interna	Detalle hallazgo	Recomendaciones AI	Fecha emisión informe de AI	Responsable cumplimiento	Fecha recepción recomendación Unidad	Contacto responsable	Fecha límite cumplimiento	Ampliación plazo	Acciones cumplimiento	Evidencia cumplimiento (Unidad Administrativa)	Condición de recomendación	Observaciones
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.8.3 Operación de las comisiones nombradas por la Junta Directiva	4.2.13 Girar instrucciones a cada una de las comisiones que se encuentran operando para que:  A- Cumplan en forma similar con las "Disposiciones Generales" de la "Comisión de Comparecencias", descritas en el Reglamento a la Ley de Loterías, con el fin de que cuenten con un Plan General y uno Específico, los cuales al menos deben contemplar los siguientes aspectos:  • Los objetivos, • Los medios o actividades para alcanzar los objetivos, • El presupuesto general, • Plan Anual de actividades, • Registro en libro de Actas de las reuniones, • Forma de tomar los acuerdos, • Detalle de todos los acuerdos adoptados, • Firmas de todos los miembros de la Comisión en el libro de Actas, • Fecha de la reunión (Punto 2.8.3 de resultados del estudio)  B- Archiven o custodien las actas o notas emitidas por la Comisión en forma separada a las emitidas por la Unidad o Departamento del cual forma parte algún miembro de la comisión.  C- Lleven por separado la numeración de la correspondencia emitida por cada una de las Comisiones, con el fin de evitar que se utilice la misma numeración y nomenclatura llevada por la Unidad		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:</b>  Dado que la Junta Directiva en Sesión Extraordinaria según Acta N° 18-2014 del 02 de diciembre de 2014, acordó dejar sin efecto todas aquellas comisiones o comités que no cumplan con una disposición reglamentaria o legal, de la misma forma se deja sin efecto la recomendación en mención.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.9 Valoración de riesgos relacionados con las actividades de Publicidad, Promoción, Relaciones Públicas e Imagen Institucional	4.2.14- Se giren instrucciones a las dependencias encargadas de la Publicidad Institucional, Distribución de Loterías, Supervisión de Venta de Lotería, Gestión de Ventas, Adjudicación, Contratos, Control de Nómina e inventario y Relaciones Públicas, para que procedan en los próximos informes de Valoración de Riesgos, a establecer las medidas correspondientes para enfrentar la pérdida del mercado de loterías por circunstancias tales como: competencia por las loterías ilegales, disgusto de los consumidores con los planes de premios, el precio de las loterías, las cantidades en las cuotas de lotería asignadas, los canales de distribución y la devolución de las diferentes loterías entre otros. (Punto N° 2.9 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	La Gerencia General, Gerencia de Operaciones y Gerencia de Producción Comercialización, mediante los oficios Oficio JPS GG 1331-2018, JPS-GG-GO-209-2018, JPS-GG-GPC-316-2018 respectivamente, le giraron instrucciones al Departamento de Ventas, Administración de Loterías y Comunicación y Relaciones Públicas, para establecer las medidas correspondientes para atender la recomendación N° 4.2.14
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.9 Valoración de riesgos relacionados con las actividades de Publicidad, Promoción, Relaciones Públicas e Imagen Institucional	4.2.15- Los formularios o matrices de Valoración de Riesgos, sean formalmente completados, con el fin de evitar que se las columnas denominadas "Medida existente" y "Medida Propuesta" contengan la misma información. Así mismo, evitar que se reporten medidas propuestas sin haber identificado el riesgo correspondiente. (Punto N° 2.9 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  En el Informe de Valoración de Riesgos del 2015, se cumplió con esta recomendación.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.9 Valoración de riesgos relacionados con las actividades de Publicidad, Promoción, Relaciones Públicas e Imagen Institucional	4.2.16- Las Matrices suministradas por el Departamento de Mercadeo, cuenten con la información y firma de la persona que las elaboró, el revocado de un funcionario responsable y el periodo al cual corresponden. (Punto 2.9 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  Las matrices denominadas "Portafolio de Riesgos" y los cuestionarios de la Autoevaluación del Sistema de Control Interno, se encuentra con las respectivas firmas.
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.10 Seguimiento del monitoreo realizado por el Departamento de Mercadeo sobre la publicidad contratada por la Institución	4.2.17- Tomar las medidas requeridas para que el seguimiento o monitoreo que lleva a cabo el Departamento de Mercadeo sobre las pautas publicitarias, estudios "cualitativos y cuantitativos" que se desarrollan sobre el conocimiento de las loterías en el mercado y las características de los diferentes sorteos, mediante las herramientas con que cuenta el mencionado departamento, sean dados a conocer a la Gerencia de Producción y Comercialización y a la Gerencia de Operaciones, con el fin de retroalimentar la toma de acciones tendientes a mejorar el consumo de los productos que se comercializan y la Imagen Institucional. (Punto 2.10 de resultados del estudio).		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	La Gerencia de Producción y Comercialización procedió en el Informe de Valoración de Riesgos del 2016, a establecer dentro de la perspectiva clientes actividades tales como: Generar e implementar un plan integral para combatir la lotería ilegal Promover el incremento de puestos fijos para los vendedores de lotería. Agilizar de trámites de Pago de Premios, Retiro y Distribución de Loterías y Compra de excedentes. Desarrollar planes integrales para la atención de la fuerza de ventas que incluyan incentivos por venta. Establecer un sistema que permita la actualización de datos de los vendedores en forma periódica y oportuna. Promover mejores opciones de financiamiento para los vendedores, así como otras opciones de respaldo. Disponer de un plan de capacitación integral al vendedor tanto inductiva como aquella que logre mejor competitividad y lealtad en la fuerza de ventas. Generar una Modificación Reglamentaria para la flexibilización de cuotas. Mejorar el Plan de Premios con premios en especie como becas educativas, casas, vehículos, etc. Establecer alianzas con las cooperativas para
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocinios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	2.8.4 Coordinación existente entre las Comisiones, Superiores Jerárquicos y responsables de analizar las propuestas	4.2.18- Para garantizar transparencia en el proceso de aprobación de los patrocinios, tomar las medidas que correspondan para:  A) Llevar a cabo la valoración formal del costo/beneficio que lo justifique, debidamente firmado por quien lo solicita.  B) Definir claramente el tipo de actividades que serán patrocinadas con criterios como: actividades sin fines de lucro, exclusivamente relacionadas con el quehacer de la Institución, generadoras de un beneficio económico y/o el valor agregado a la Imagen Institucional.  C) Valorar la conveniencia de que el estudio de Costo Beneficio, sea solicitado a la Entidad que pide el Patrocinio para que esta presente los insumos necesarios, previamente definidos, para que el Departamento de Mercadeo efectúe los análisis técnicos pertinentes.  Todo lo anterior con el fin de cumplir con el inciso o) del artículo N° 131 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, así mismo, evitar que dicha valoración se limite solamente a llenar el documento para cumplir con este requisito. (Punto 2.8.4 de resultados del estudio)		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:</b>  Según el acuerdo de Junta Directiva N° 115 de la Sesión Extraordinaria N° 3 del 09 de marzo de 2015, ese Cuerpo Colegiado eliminar la definición de costo beneficio, puesto que los patrocinios que se otorguen deberán sustentar y valorar que se trate de organizaciones que requieren apoyo de la Institución por el tipo de población que atienden, por lo anterior la recomendación queda sin efecto.  Según el acuerdo de Junta Directiva N° 142 de la Sesión Ordinaria N° 10 del 17 de marzo de 2015, ese Cuerpo Colegiado aprobó los criterios de selección de patrocinios, donde se establece que las actividades pueden ser sujeto de apoyo por parte de la Institución, por lo anterior se da por cumplida la recomendación.  Según el acuerdo de Junta Directiva N° 115 de la Sesión Extraordinaria N° 3 del 09 de marzo de 2015, ese Cuerpo Colegiado eliminar la definición de costo beneficio, puesto que los patrocinios que se otorguen deberán sustentar y valorar que se trate de

N° Informe AI JPS	Nombre Informe Auditoría Interna	Detalle hallazgo	Recomendaciones AI	Fecha emisión informe de AI	Responsable cumplimiento	Fecha recepción recomendación Unidad	Contacto responsable	Fecha límite cumplimiento	Ampliación plazo	Acciones cumplimiento	Evidencia cumplimiento (Unidad Administrativa)	Condición de recomendación	Observaciones
04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013		4.3 De conformidad con lo dispuesto en los artículos N° 12 inciso c), N° 36 y N° 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.		Gerencia General		Julio Canales Guillén					Sin efecto	Se deja sin efecto dado que el plazo otorgado se venció sin haber recibido a la fecha dicho cronograma.
07-2015	Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013	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. 2.1.2. Distribución de recursos destinados a la Publicidad y Propaganda. 2.1.3 Gasto en Publicidad asumido por los billetes destruidos.	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 esogencia 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).	31/07/2015	Presidencia	31/07/2015	Delia Villalobos Álvarez	11/08/2015				Cumplida	En el acta extraordinaria N° 23-2018, se conoce el oficio JPS-GG-GPC-Mer-PPP 021 del 14 de marzo de 2018, enviado por la señora Evelyn Blanco Montero y el señor Claudio Madrigal Guzmán, con la propuesta de políticas en materia de publicidad y del área comercial, las cuales fueron aprobadas por parte de la Junta Directiva mediante acuerdo 496. Entre ellas las concernientes a los porcentajes de recursos destinados a los diferentes productos.
07-2015	Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1.1. Relación billetes vendidos y gasto en publicidad realizado. 2.1.2. Distribución de recursos destinados a la Publicidad y Propaganda.	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).		Presidencia		Delia Villalobos Álvarez					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  Mediante oficio SID-315 se transcribe el acuerdo JD-302 del acta N° 09-2016, celebrada el 14/03/2016, en el cual se autoriza la contratación directa para la campaña "Gisenera" a desarrollarse desde mayo a diciembre para dar a conocer los planes de premios, así como difundir la importancia del aporte que realiza la institución. Asimismo, mediante acuerdo JD-303, correspondiente al artículo IV, inciso 12 de la sesión 09-2016, en la que se autoriza el trámite de la contratación y la ejecución de la subpartida 1.3.2 Publicidad y propaganda para pauta publicitaria en los medios de comunicación, con la finalidad de realizar una campaña contra las loterías ilegales.  En el acta extraordinaria N° 02-2016 del 21/01/2016, la Junta Directiva da por conocida la "Estrategia para la comercialización de los productos impresos de la Junta de Protección Social para el año 2016"
07-2015	Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1.1. Relación billetes vendidos y gasto en publicidad realizado. 2.1.2. Distribución de recursos destinados a la Publicidad y Propaganda.	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).		Presidencia		Delia Villalobos Álvarez					Cumplida	En el acta extraordinaria N° 23-2018, se conoce el oficio JPS-GG-GPC-Mer-PPP 021 del 14 de marzo de 2018, enviado por la señora Evelyn Blanco Montero y el señor Claudio Madrigal Guzmán, con la propuesta de políticas en materia de publicidad y del área comercial, las cuales fueron aprobadas por parte de la Junta Directiva mediante acuerdo 496. Entre ellas las concernientes a precios y niveles de devolución.
07-2015	Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1.4 Análisis del Procedimiento del Pago de Servicios relacionados con Publicidad por medio de la Caja Chica	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).		Presidencia		Delia Villalobos Álvarez					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  Se determinó que en la Gaceta N° 246 del 18/12/2015, se publicó el "REGlamento GENERAL DE LOS FONDOS DE CAJA CHICA JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL DIC-2015"
07-2015	Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1.4 Análisis del Procedimiento del Pago de Servicios relacionados con Publicidad por medio de la Caja Chica	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)		Gerencia General / Departamento de Mercadeo							Cumplida	Mediante el oficio GG-GAF 540 del 22/06/2017, la Gerencia Administrativa Financiera instruyó que no se efectúen compras por medio de caja chica de bienes o servicios que no se ajustan al reglamento de dicho fondo, a excepción de aquellos casos debidamente justificados en cumplimiento con los artículos N° 5 y N° 9 del Reglamento General de los Fondos de Caja Chica".
07-2015	Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013	2.2. Contrataciones de Publicidad y Propaganda en diferentes medios de comunicación	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).		Presidencia		Delia Villalobos Álvarez					Cumplida	<b>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</b>  El día 05 de enero del 2017, se observó que dicho control se encuentra actualizado de conformidad con los ajustes realizados
07-2015	Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013	2.1.1. Relación billetes vendidos y gasto en publicidad realizado. 2.1.3 Gasto en Publicidad asumido por los billetes destruidos.	4.2 Girar instrucciones a la Gerencia General, para que: 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).		Gerencia General / Departamento de Mercadeo							Cumplida	La Gerencia General mediante oficio GG-3265 del 12/08/2015, le indicó al Departamento de Mercadeo que con oficio AI 711 se remite el Informe AI JPS 07-2015, para que se procediera de conformidad a esa Gerencia General lo pertinente.
07-2015	Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013		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.		Gerencia General / Departamento de Mercadeo							Sin efecto	Se deja sin efecto dado que el plazo otorgado se venció sin haber recibido a la fecha dicho cronograma. Además, las demás recomendaciones ya fueron cumplidas, de acuerdo al seguimiento realizado por esta Auditoría Interna.

N° Informe AI JPS	Nombre Informe Auditoría Interna	Detalle hallazgo	Recomendaciones AI	Fecha emisión Informe de AI	Responsable cumplimiento	Fecha recepción recomendación Unidad	Contacto responsable	Fecha límite cumplimiento	Ampliación plazo	Acciones cumplimiento	Evidencia cumplimiento (Unidad Administrativa)	Condición de recomendación	Observaciones
----------------------	----------------------------------	------------------	--------------------	--------------------------------	-----------------------------	---	-------------------------	------------------------------	---------------------	--------------------------	---	-------------------------------	---------------