



INFORME DE AUDITORÍA INTERNA AI JPS N° 11-2021

ÁREA FINANCIERA CONTABLE

TEMA:

PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, PATROCINIOS E IMAGEN INSTITUCIONAL

PREPARADO POR:

**LICDA. MARIELA SEDÓ FLORES
PROFESIONAL II**

**LICDA. JACQUELINE ROJAS CHACÓN
PROFESIONAL II**

16 DE DICIEMBRE DE 2021

DIRIGIDO A:

**DEPARTAMENTO DE MERCADEO
UNIDAD DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PUBLICAS
DEPARTAMENTO CONTABLE PRESUPUESTARIO**



INDICE DEL INFORME

1. INTRODUCCION.....	8
1.1 Antecedentes del estudio.....	8
1.2 Objetivo general del estudio.....	8
1.3 Objetivos específicos.....	8
1.4 Alcance del estudio.....	8
1.5 Metodología.....	8
1.6 Procedimientos utilizados para efectuar el estudio.....	9
1.7 Normativa sobre deberes en el trámite de informes de Auditoría.....	10
1.8 Limitaciones.....	10
2. Resultados del Estudio.....	10
2.1 Políticas, lineamientos y criterios para la erogación en materia de Publicidad, Promoción, Patrocinios e Imagen Institucional.....	10
2.1.1 Políticas y lineamientos.....	10
2.1.2 Revisión complementaria de los Lineamientos.....	22
2.1.2.1 Democratización de la pauta publicitaria.....	22
2.1.2.2 Patrocinios.....	24
2.1.2.3 Imagen Institucional.....	32
2.1.2.4 Bonificaciones.....	39
2.2 Carencia de Manuales de Procedimientos.....	43
2.3 Seguimiento al Portafolio de Riesgos del 2020.....	45
2.4 Diferencias presentadas en la información de la Liquidación Presupuestaria 2020 en cuanto al detalle de Información, Publicidad y Propaganda.....	48
2.5 Modificaciones realizadas en las Subpartidas presupuestarias 1.03.02 de Publicidad, Promoción, Patrocinios e Imagen Institucional.....	56
2.6 Compromisos pendientes de fechas que datan desde el año 2018, 2019 y 2020.....	65
2.7 Cumplimiento de Metas PAO-POI 2020.....	69
2.8 Registros Contables.....	73



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

2.8.1	De las contrataciones efectuadas por el Departamento de Mercadeo y ajustes contables a las cuentas del Mayor de Publicidad y Propaganda.....	73
2.8.2	Conciliaciones Presupuesto & Contabilidad “Publicidad y Propaganda”	83
2.9	Verificación de la Clasificación Presupuestaria de los gastos asociados a la subpartida 1.03.02 “Publicidad y Propaganda”	86
2.10	Verificación de la Contratación N° 2020CD-000162-0015600001 Producción del evento del Gordo Navideño 2020	91
3.	CONCLUSIONES.	99
4.	RECOMENDACIONES.	100
4.1	Departamento de Mercadeo.....	101
4.2	Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas	102
4.3	Departamento Contable-Presupuestario	104
4.4	Gerencia Administrativa Financiera.....	105
5.	OBSERVACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN.....	107
6.	ANEXOS	110



RESUMEN EJECUTIVO

INFORME AI JPS N° 11-2020

INFORME AI JPS N° XX-2021 “**PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, PATROCINIOS E IMAGEN INSTITUCIONAL**”.

Como parte del Plan Anual de Trabajo del Área Financiera Contable de la Auditoría Interna para el año 2021, se realizó un estudio sobre “**PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, PATROCINIOS E IMAGEN INSTITUCIONAL**”, cuyo objetivo general fue analizar los criterios que se tienen en la Institución para las erogaciones en materia de publicidad y propaganda, la evaluación de los resultados que se realizan y valorar que el tratamiento contable y presupuestario de los gastos de publicidad y propaganda sea acorde con la normativa y técnica aplicable.

En forma específica, se verificó la existencia y la pertinencia de los criterios para la erogación en materia de publicidad y propaganda, la evaluación de los resultados de las erogaciones realizadas, el establecimiento del tratamiento contable y presupuestario de los gastos de estas partidas, esto para el período comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2020, ampliándose en aquellos casos en que se requirió realizar comprobaciones adicionales.

Como resultado de la labor efectuada se determinaron oportunidades de mejora sobre dichas operaciones, las cuales se mencionan a continuación:

- En la documentación que respalda el cumplimiento de los lineamientos aprobados por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-496, Capítulo V), artículo 5) de la Sesión Extraordinaria 23-2018, por parte del Departamento de Mercadeo, dado que inicialmente se aportó a esta Auditoría evidencia del cumplimiento de los lineamientos que correspondían a periodos diferentes al del estudio, así como, que en el caso específico del lineamiento: “*Todas las imágenes referidas a grupos y personas deberán estar protegidas por los derechos de imagen*”, inicialmente se señaló por parte del Departamento de Mercadeo que la empresa productora gestiona los derechos de imagen y que remite a la Institución los respectivos formularios; sin embargo los documentos suministrados por dicho departamento corresponden a declaraciones juradas del productor de la empresa y no a los citados



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

formularios, incluso observando las propiedades de la firma digital de las declaraciones juradas del productor, se evidencia que fueron firmadas en este mes de diciembre de 2021, luego de que dicha información fuese solicitada por esta Auditoría.

- En el cumplimiento total de los lineamientos aprobados por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-496, Capítulo V), artículo 5) de la Sesión Extraordinaria 23-2018, por parte de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, en lo referente al lineamiento: *“Se deberán desarrollar diversas campañas educativas con corte social que permitan mantener los canales de comunicación con los dos grupos de mayor consumo (vendedores y compradores)”*, lo anterior por cuanto según información suministrada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, sólo se realizaron videos informativos para los clientes y vendedores de lotería.
- Falta de lineamientos y criterios adicionales para establecer y efectuar la inversión en publicidad y promociones, así como, las bases para destinar dicha publicidad y promociones entre cada uno de los tipos de lotería y luego entre cada sorteo o juego.
- Carencia de evaluaciones formales, donde se evidencie el análisis de los resultados de la inversión en publicidad y promociones realizada.
- Manuales de procedimientos y tareas desactualizados de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, Departamento de Mercadeo, y Departamento Contable Presupuestario, lo que resalta la necesidad de fijar lineamientos sobre la periodicidad con la que deben ser revisados y actualizados, lo cual según señala la Administración Activa será realizado una vez que finalice el proceso de implementación de la reorganización de la estructura administrativa de la Institución aprobada por el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica en oficio DM-OFF-006 del 8 de enero de 2020.
- Oportunidad de fortalecer los controles internos para la validación de la Pauta Social y Patrocinios a cargo de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, mediante controles formales dentro del proceso de la Pauta Social y sobre la verificación del cumplimiento de cada uno de los criterios de admisibilidad de patrocinios JPS aprobados por la Junta Directiva.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

- Contradicciones entre lo establecido en los criterios de admisibilidad de Patrocinios (Ítems e incisos)¹, y los lineamientos en materia de patrocinios².
- Necesidad de verificar la redacción de la actividad sobre las gestiones de aprobación correspondiente al presupuesto de las partidas de publicidad designada a la Gerencia Administrativa Financiera en el Informe de Valoración de Riesgo del periodo 2020, a partir de las competencias que establece el Reglamento Orgánico de la Junta de Protección Social.
- Sobre el control del comportamiento de las ejecuciones presupuestarias y ajustes oportunos, dado que a pesar de haberse tramitado 8 variaciones presupuestarias (Traslados Ordinarios, Extraordinarios y Modificación presupuestaria) el cumplimiento de la subpartida 1.03.02 “*Publicidad y Propaganda*” alcanzó un 74.21% del presupuesto modificado. Aspecto que ya fue abordado en el Informe de la Interna AI JPS N° 15-2020, denominado: “*Evaluación de las Variaciones Presupuestarias*”, en el punto N° 2.3.1.3 de los resultados del estudio y la recomendación N° 4.1.6.
- Diferencias presentadas en la información de la Liquidación Presupuestaria 2020 en cuanto al detalle de Información, Publicidad y Propaganda, producto de unificación de la sumatoria de subpartidas 1.03.01 “*Información*” sin una anotación para una mejor comprensión del lector, diferencias por recalificaciones en las subpartidas 1.03.02 – 101 “*PUB. Y PROP. RADIO TV LOT. NACIONAL, 1-03-02 – 102 “PUB. Y PROP. RADIO TV LOT. POPULAR*”, en cuanto al Presupuesto Modificado y diferencias por recalificaciones en las subpartidas 1.03.02 – 101 “*PUB. Y PROP. RADIO TV LOT. NACIONAL, y 1-03-02 – 102 “PUB. Y PROP. RADIO TV LOT. POPULAR*”, en cuanto al rubro de ejecución.
- Asientos Contables que no cuentan con la firma por parte del “*Preparado*” o el “*Autorizado*”, también se visualizó que hay un híbrido de firmas autógrafas con firmas digitales en los asientos (Manuales y digitales).

¹ Aprobados por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-090 Capítulo IV), artículo 18) de la Sesión Extraordinaria 11-2021 celebrada el 18 de febrero de 2021.

² Mediante el acuerdo JD-496, Capítulo V), artículo 5) de la Sesión Extraordinaria 23-2018 celebrada el 19 de abril de 2018.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

- Firmas de los asientos contables que están siendo realizadas por parte de los contadores y los profesionales a cargo de la Unidad Contable y Costos, en fechas muy posteriores al registro contable del evento, (en algunos casos hasta 13 meses después de haberse realizado el asiento contable).
- Asientos contables que no en todos los casos se les adjunta los documentos soporte.
- Conciliaciones efectuadas entre la cuenta contable y subpartida presupuestaria de “*Publicidad y Propaganda*”, con una serie de ajustes determinados en cada uno de los trimestres, que fueron corregidos en su mayoría hasta el último trimestre del año.
- En relación con las bonificaciones de los medios, se determinaron casos en donde no se contaba con la información o bien lo bonificado está inmerso con lo contratado en la pauta, incluso se recibieron certificaciones y respaldos cuya fecha de confección fue del presente periodo 2021, correspondiendo el servicio recibido al periodo 2020.
- Contrataciones que por su naturaleza no deben ser clasificadas en subpartidas de Publicidad y Propaganda, según los criterios emanados por la Comisión de Clasificadores Presupuestarios del Ministerio de Hacienda.

Respecto a estas situaciones existen posibilidades de mejora, las cuales deben ser tomadas e implementadas por la Administración Activa, con la finalidad de reforzar los mecanismos de control interno que deben prevalecer en la Institución.



1. INTRODUCCION.

1.1 Antecedentes del estudio.

El presente estudio se elaboró en cumplimiento del Plan Anual de Trabajo del Área Financiera Contable para el período 2020.

1.2 Objetivo general del estudio.

Analizar los criterios que se tienen en la institución para las erogaciones en materia de publicidad y propaganda, la evaluación de los resultados que se realizan y valorar que el tratamiento contable y presupuestario de los gastos de publicidad y propaganda sea acorde con la normativa y técnica aplicable

1.3 Objetivos específicos.

- Verificar la existencia y evaluar la pertinencia de los criterios para la erogación en materia de publicidad y propaganda.
- Determinar si la institución evalúa los resultados de la erogación en materia de publicidad y propaganda realizada.
- Establecer si el tratamiento contable y presupuestario de los gastos de publicidad y propaganda fue acorde con la normativa y técnica aplicable.

1.4 Alcance del estudio.

Periodo 2020, ampliándose en caso de ser necesario.

1.5 Metodología.

En la realización de este estudio se revisó la siguiente normativa:

- a) Ley General de Control Interno N° 8292. Artículos N° 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 36,37,38 y 39.
- b) Ley 8718 Autorización para el Cambio de nombre de la Junta de Protección Social. Artículo N° 2



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

- c) Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos N° 8131. Artículos N° 2,3, 4,5, 7,8, 15, 17, 18, 26, 33, 46, 55, 56,57, 90, 91, 110, 112.
- d) Norma Internacional de Contabilidad “*Presentación de estados Financieros*”. Nic N° 1
- e) Manual Funcional de Cuenta Contables, cuenta 5.1.2.03.02. “*Publicidad y propaganda*”.
- f) Clasificador por objeto del Gasto del Sector Público. 1.03 Servicios Comerciales y Financieros 1.03.02 Publicidad y propaganda.
- g) Ley de la Contratación Administrativa. Artículos N° 2,13,14, 15, 20 y 131
- h) Ley N° 8422 Contra la corrupción y el enriquecimiento ilícito en la función pública y Reglamento. Artículos N° 3-7-49, 51 y 52.
- i) Reglamento General de Fondos de Caja Chica. Artículos 2,3,4, 5 y 6
- j) Normas de control interno para el sector público (N-2-2009-CO-DFOE). 1.1, 1.2, 1.4, 1.5; 1.7, 1.9, 2.5.1, 2.5.2, 2.5.3; 3.1, 3.3, 4.1; 4.2, 4.4, 4.4.1, 4.4.2, 4.4.3, 4.4.5, 4.5.1; 5.1, 5.4, 5.5, 5.6, 5.6.1, 5.6.2, 5.6.3, 5.7, 5.7.1, 5.7.2, 5.7.3, 5.7.4; 5.8, 5.9, 6.3 y 6.3.1
- k) Normas Técnicas sobre Presupuesto Público (N-1-2012-DC-DFOE). Normas Nos. 2.1.2, 2.1.3, 2.2.3 y 2.2.4, 4.2.14, N° 4.3.1, 4.3.2, 4.3.3, 4.3.4, 4.3.15, 4.4.1, 4.4.2, 4.4.3, 4.4.4, 4.4.5, 4.4.6, 4.5.1, 4.5.2, 4.5.3, 5.1.
- l) Reglamento Orgánico de la Junta de Protección Social. Artículos: N° 8, 13,30, 31 y 34

1.6 Procedimientos utilizados para efectuar el estudio.

Para la elaboración de esta auditoría se utilizaron las técnicas y procedimientos para el ejercicio de la Auditoría Interna. En lo atinente, se aplicaron las Normas Generales de Auditoría para el Sector Público.



1.7 Normativa sobre deberes en el trámite de informes de Auditoría.

Sobre los deberes para el tratamiento de los informes de Auditoría, la Administración Activa debe tener presente lo establecido en los artículos N° 36, 37, 38 y 39 de la Ley General de Control Interno N° 8292.

1.8 Limitaciones

En la ejecución del presente estudio, a efectos de verificar algunos de los procedimientos que se realizan por parte de la Administración Activa, la comprobación de operaciones se efectuó por medio de las herramientas de teletrabajo.

1. Resultados del Estudio.

2.1 Políticas, lineamientos y criterios para la erogación en materia de Publicidad, Promoción, Patrocinios e Imagen Institucional

2.1.1 Políticas y lineamientos

Mediante los oficios JPS-AI-696 y AI-697 del 13 de agosto del 2021, se solicitaron las Políticas, lineamientos y criterios que se tienen para establecer y efectuar la inversión en Publicidad, Promoción, Patrocinios e Imagen institucional.

Dicha información fue suministrada mediante los oficios JPS-GG-GPC-MER-PPP-038-2021 del 24 de agosto del 2021, JPS-CRP-46-2021 del 16 de setiembre del 2021 y correo electrónico del 27 de agosto del 2021, de parte de Comunicaciones Públicas, que manifestaron entre lo que interesa, lo siguiente:

Departamento de Mercadeo:

*“a) Se detallan las políticas en materia de publicidad y del área comercial, aprobadas por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-496, Capítulo V), artículo 5) de la Sesión Extraordinaria 23-2018 celebrada el 19 de abril de 2018.
Lineamientos en materia de Publicidad
Lineamientos en materia comercial
Lineamientos en materia de Patrocinios (Comunicación)”*

Unidad de Comunicación y Relaciones

Patrocinios:

“Ver criterios de admisibilidad para patrocinios (<https://www.jps.go.cr/documentos/patrocinios-junta-de-proteccion-social>), los cuales fueron aprobados por acuerdos de Junta Directiva JD-716, Capítulo IV), artículo 8) de la Sesión Ordinaria 55-2019 celebrada el 16 de setiembre de 2019 y, más recientemente por acuerdo JD-090, Capítulo IV), artículo 18) de la Sesión Extraordinaria 11-2021 celebrada el 18 de febrero de 2021”

Imagen Institucional:

“La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas contrata la pauta bajo la normativa de contratación directa.



Las instituciones públicas utilizan los medios de comunicación masiva para alcanzar sus objetivos. Según el artículo 131 del RLCA inciso c) pueden utilizar la contratación directa de medios de comunicación social para la difusión de mensajes relacionados con la gestión institucional.

Para utilizar este procedimiento de excepción, se deberá realizar un plan que defina las pautas generales a seguir para la selección de los medios, según el público meta (personas a las que se necesita dirigir el mensaje), las necesidades institucionales y los costos; no obstante, las contrataciones a agencias de publicidad sí deben realizarse mediante los procedimientos ordinarios correspondientes.



Por otra parte, la Junta Directiva mediante oficio JPS-JD-SJD-217-2019 del 26 de marzo de 2019 (el cual se adjunta), nos dio la instrucción de diseñar una campaña estratégica de publicidad para explicar al público la obra social de la Junta de Protección Social e incentivar la importancia de jugar los productos de la institución, esta campaña se deberá lanzar de manera trimestral.

Lineamientos y criterios:

Radio...

Prensa...

Televisión...

Internet..."

Respecto a dichos lineamientos, es preciso indicar que mediante consulta realizada a los funcionarios encargados de los patrocinios y la pauta social de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, manifestaron el desconocimiento de los citados lineamientos; no obstante, que por control interno habían aportado a la Junta Directiva los “*Criterios de Admisibilidad de Patrocinios JPS*”, y de igual forma, se está trabajando en la actualización de la “*Democratización de la pauta publicitaria*”, como parte de los controles internos de dicha unidad administrativa.

Por lo anterior y con el fin de verificar el cumplimiento de los lineamientos aprobados, la Auditoría Interna mediante los oficios JPS-AI-930 del 14 de octubre del 2021, JPS-AI-976 del 01 de noviembre del 2021, JPS-AI-1024 del 18 de noviembre del 2021, remitido a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas y JPS-AI-1025 del 18 de noviembre del 2021 remitidos al Departamento de Mercadeo, procedió a solicitar la remisión de la documentación que respaldara el cumplimiento de cada uno de los ítems referentes a los lineamientos que se citaron en el acuerdo JD-496 y el oficio JPS-GG-GPC-MER-PPP-038-2021, misma que fue ampliada mediante los oficios JPS-GG-GPC-MER-PPP-087 del 03 de noviembre del 2021, JPS-CRP-67 del 24 de noviembre del 2021, JPS-GG-GPC-MER-095 del 07 de diciembre del 2021 y JPS-GG-GPC-MER-096 del 10 de diciembre del 2021, obteniendo como resultado entre lo que nos interesa los siguientes aspectos:



Departamento de Mercadeo:

	Información suministrada Departamento Mercadeo	Observaciones de la Auditoria
<p><i>-"Se deberán desarrollar diversas campañas educativas con corte social que permitan mantener los canales de comunicación con los dos grupos de mayor consumo (vendedores y compradores)."</i></p>	<p>Oficio JPS-GG-GPC-MER-PPP-087-2021</p> <p><i>"...toda campaña sea de producto o promoción y cualquier tipo de información importante que se genera en el Departamento de Mercadeo, se comparte con los colaboradores de Administración de Loterías, quienes tienen un chat por medio de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp con los vendedores y se les comparte".</i></p> <p>Oficio: JPS-GG-GPC-MER-095-2021</p> <p><i>Como se indicó en el oficio JPS-GG-GPC-MER-PPP-087-2021, el Departamento de Mercadeo facilita a los colaboradores de Administración de Loterías, toda campaña sea de producto o promoción y cualquier tipo de información importante que se genera para que sea compartida con los vendedores, ahora bien, el lineamiento habla de campañas con corte social, lo que compete a la Unidad de Comunicación y como se indicó en el oficio citado, se sugiere para ampliar lo descrito contactar tanto a la Unidad de Comunicación, como a Administración de Loterías.</i></p>	<p>Se solicitó mediante oficio AI JPS-AI-1024 del 18 de noviembre del 2021, y ampliación de la información mediante correo electrónico del 24 de noviembre del 2021 a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, con el fin de conocer si contaban con un documento que indicara cuáles son las características que se deben cumplir en la campaña educativa o a quiénes debe dirigirse, indicando mediante correo electrónico del 30 de noviembre del 2021, lo siguiente:</p> <p><i>"No realizó videos educativos como tal, pero si videos informativos para nuestros clientes y vendedores de lotería, estas producciones fueron contratadas en el año 2020, como parte de la campaña social y la revista social de nuestra institución.</i></p> <p><i>Todas estas producciones están respaldadas en el acuerdo 12 de mayo de 2020 JPS-JD-SJD-353-2020.</i></p> <p>Por lo anterior, se deberá definir claramente los temas que deben ser cubiertos para cumplir con el lineamiento en materia de Publicidad y someterlo a la aprobación de la instancia correspondiente .</p>



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Lineamiento en Materia de Publicidad	Información suministrada Departamento Mercadeo	Observaciones de la Auditoria
<p>7. "Todas las imágenes referidas a grupos y personas deberán estar protegidas por los derechos de imagen y deberán ser mostrados con imágenes exactas y evitando aquellas que sean lastimeras que denigren, muestren dolor o sufrimiento"</p>	<p>Oficio JPS-GG-GPC-MER-PPP-087-2021</p> <p><i>"En la actualidad se cuenta con una empresa productora encargada de realizar los materiales de las diferentes campañas publicitarias, quienes elaboran el casting y la contratación de los actores y actrices y gestionan los derechos imagen, cuyos formularios son remitidos a la Institución.</i></p> <p>...</p> <p><i>Se adjunta el machote de formulario de derechos de imagen utilizado".</i></p> <p>Oficio: JPS-GG-GPC-MER-095-2021</p> <p><i>Se adjuntan 10 formularios de derechos de imagen elaborados por la empresa productora encargada de realizar los materiales de las diferentes campañas publicitarias, como evidencia al cumplimiento del lineamiento No. 7.</i></p>	<p>En el oficio JPS-GG-GPC-MER-095-2021, se indica que se adjuntan 10 formularios de derechos de imagen elaborados por la empresa, sin embargo, los formularios que se adjuntaron no corresponden a derechos de imagen sino a 9 declaraciones juradas del productor de la empresa, y a una "Constancia laboral para aplicación de Excepción de Restricción Vehicular", así mismo; se observó que una de las declaraciones contaba con firma autógrafa y 8 con firma digital, no obstante, al revisar las propiedades de las firmas digitales se determinó que éstas fueron realizadas hasta el periodo 2021 a pesar de que las contrataciones fueron realizadas en el periodo 2019.</p>

Sobre la ampliación de lo solicitado en el oficio JPS-AI-1025 del 18 de noviembre del 2021, referente a la documentación soporte para determinar el cumplimiento de los lineamientos en materia de publicidad, se indica lo siguiente:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Lineamiento en Materia de Publicidad	Información suministrada Departamento Mercadeo	Observaciones de la Auditoria
<p>a) Si se cuenta con lineamientos y criterios (adicionales a los 10 lineamientos en materia de publicidad) para establecer y efectuar la inversión en publicidad y promociones, así como, las bases para destinar dicha publicidad y promociones entre cada uno de los tipos de lotería y luego entre cada sorteo o juego.</p>	<p>Oficio: JPS-GG-GPC-MER-095-2021</p> <p>“No se cuenta con otros lineamientos y criterios para establecer y efectuar la inversión en publicidad y promociones, así como, las bases para destinar dicha publicidad y promociones entre cada uno de los tipos de lotería y luego entre cada sorteo o juego.</p> <p>Sin embargo, como se indicó en el oficio JPS-GG-GPC-MER-PPP-038-2021, para temas de inversión publicitaria, así como las bases para destinar dicha publicidad se elabora documento denominado Resolución Motivada, donde se fundamentan los medios seleccionados, además conforme se lanzan o mantienen los productos en el mercado se analizan las estrategias de comunicación y las necesidades de cada producto para destinar así los montos de inversión en cada medio”.</p>	<p>A pesar de que se confeccionan “Resoluciones Motivadas” para “fundamentar los medios seleccionados a partir del análisis de las estrategias de comunicación y las necesidades de cada producto para destinar así los montos de inversión en cada medio”, se requiere contar con lineamientos y criterios para establecer y efectuar la inversión en publicidad y promociones, así como, las bases para destinar dicha publicidad y promociones entre cada uno de los tipos de lotería y luego entre cada sorteo o juego.</p>
<p>b) Metodologías, prácticas y métricas empleadas por esa dependencia para evaluar los resultados de la inversión en publicidad y promociones realizada</p>	<p>Oficio: JPS-GG-GPC-MER-095-2021</p> <p>“Como se indicó en el oficio JPS-GG-GPC-MER-PPP-038-2021, las Metodologías, prácticas y métricas empleadas para evaluar los resultados de la inversión en publicidad y promociones realizada, se basan en los resultados obtenidos por</p>	<p>A pesar de realizarse según se indica “los monitoreos de la pauta publicitaria” y realizarse reuniones “para determinar las mejoras que se puedan implementar para optimizar los recursos”, no se logró obtener cual fue el análisis o evaluación realizada para determinar los resultados y el beneficio</p>



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

	<p><i>medio de la licencia denominada Integra Metrics en la cual se realiza el monitoreo de la pauta publicitaria y periódicamente se establecen reuniones de trabajo de los integrantes tanto del área de Promoción y Publicidad y el área de Investigación y Desarrollo para analizarlos y bien determinar las mejoras que se pueden implementar para optimizar los recursos.</i></p> <p><i>Se adjuntan doce monitoreos de pauta en formato Excel, denominados JPS *MES* 2020 de enero a diciembre, los cuales se revisan y ejecutan en las diferentes reuniones de acuerdo a las necesidades que surgen en las mismas”</i></p>	<p>obtenido para la Junta de Protección Social.</p>
<p>d) Eventuales informes periódicos que se realicen por esa dependencia en relación con la inversión y resultados de la publicidad y promociones realizada, para este caso relativa a los recursos del año 2020.</p>	<p>Oficio: JPS-GG-GPC-MER-095-2021</p> <p><i>Como se indicó en el oficio JPS-GG-GPC-MER-PPP-038-2021, se cuenta para otras contrataciones como Perifoneo y Medios Exteriores, que en el año 2020 se implementaron para el Gordo Navideño un reporte adicional por el adjudicatario, el cual fue suministrado en los anexos No. 04 y No. 05., para los medios de pauta se cuenta con los monitoreos de pauta, los cuales se adjuntan en este oficio en atención al punto anterior.</i></p>	<p>Respecto a informes, se indica que para evaluar los resultados de la inversión en publicidad y promociones se establecen reuniones de trabajo de los integrantes tanto del área de Promoción y Publicidad y el área de Investigación y Desarrollo para analizarlos y bien determinar las mejoras que se pueden implementar para optimizar los recursos. Así mismo, se adjuntan como evidencia los monitoreos de pauta en formato Excel, denominados JPS *MES* 2020 de enero a diciembre, indicándose que se revisan y ejecutan en las diferentes reuniones de acuerdo a las necesidades que surgen en las mismas; sin embargo, de conformidad con lo señalado en el oficio JPS-GG-GPC-MER-096 del 10 de diciembre del 2021, no</p>



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

		<p>se cuenta con informes o minutas donde conste el desarrollo de las mismas, esto considerando el alto volumen de trabajo con que se cuenta.</p> <p>La falta de informes o minutas que contengan los puntos o estrategias analizadas podría incidir en el logro de los objetivos institucionales, dado que contar con resúmenes de los temas analizados y las decisiones tomadas, es de importancia para la detección y corrección de posibles debilidades, así como el control para la toma de decisiones oportunas sobre la citada publicidad.</p>
--	--	---

Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas:

En cuanto al lineamiento que indica:

“3. Se deberán desarrollar diversas campañas educativas con corte social que permitan mantener los canales de comunicación con los dos grupos de mayor consumo (vendedores y compradores)”

No se logró tener información referente al alcance de los temas a desarrollar para la campaña educativa.

Al respecto mediante el oficio JPS-CRP-67 del 24 de noviembre del 2021 y ampliación realizada por medio de correo electrónico recibido de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, se explica lo siguiente:

“Los videos de la campaña social y de la revista social no solo se comparten con el público comparado también con los vendedores y funcionarios, de esta manera el mensaje educativo de las campañas llegan a todos los actores. Los videos de la campaña también se transmiten en los sorteos en vivo”. SIC



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

“...los parámetros de los videos, generalmente son videos que instruyan y eduquen tanto al vendedor como a los compradores y los guíen con los juegos, sorteos y datos sociales” (SIC).

No obstante, al revisar el contenido de los videos que se suministraron a la Auditoria Interna se observó que existen temas con contenido de corte social y otros de carácter informativo a la población en general, con temas sobre la ayuda brindada por la Institución a diferentes centros: Hogares, Asilos, Fundaciones entre otros.

A continuación, se presentan ejemplos del detalle de los temas incluidos en los videos que se adjuntan al documento denominado *“STATUTOS REVISTA, REVISTA JPS”*:

Capitulo	Nombre	Sinopsis	Detalle
Cap 1	Números Altos	Andrés Quintana, vendedor que usa SINPE MOVIL	<i>“Simpe Móvil es una modalidad de pago electrónico y sencillo y seguro”.</i>
Cap 2	Protocolo de Seguridad del papel	Protocolo de seguridad del papel	Lotería Nacional está confeccionada con un papel que cumple estándares mundiales a nivel de seguridad...
Cap 4	Cementerio General	Cementerio General	Información del año de fundación, dirección, tamaño de la edificación, personajes históricos
Cap 5	Las primeras obras	Las primeras obras	Historia de la Creación de la Junta de Protección Social, Emblemas de la Salud Pública, Papel de la Junta en los Hospital San Juan de Dios y Hospital de Niños-
Cap 8	Catálogo de Productos	Todos los productos que ofrece la JPS y dónde encontrarlos.	Formas de ganar y ayudar, tipos de lotería instantánea, lotto, lotto revancha Puntos Max y participación de la Rueda de la Fortuna.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Cap 10	Como activar sus fracciones	Tutorial de cómo utilizar APP JPS a su alcance.	Tutorial de como activar... Descargar app, datos para registrarse, llenado del y formulario, nombre, cédula y contraseña, y cómo activar con el código,...
--------	-----------------------------	---	---

Dado lo anterior, se le solicitó a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas una ampliación de la información mediante correo electrónico el 24 de noviembre del 2021, con el fin de conocer si contaban con un documento que indicara cuáles son las características que se deben cumplir en la campaña educativa o a quiénes debe dirigirse, indicando mediante la misma herramienta el 30 de noviembre del 2021, lo siguiente:

“No realizó videos educativos como tal, pero si videos informativos para nuestros clientes y vendedores de lotería, estas producciones fueron contratadas en el año 2020, como parte de la campaña social y la revista social de nuestra institución.

Todas estas producciones están respaldadas en el acuerdo 12 de mayo de 2020 JPS-JD-SJD-353-2020.

El desconocimiento de los lineamientos aprobados por la Junta Directiva, por parte de la persona encargada de la pauta social de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas y no estar claramente identificados los temas a desarrollar en las campañas educativas, provocaron el incumplimiento de los mismos, lo cual vulnera a su vez lo establecido en los artículos N°s 10 y 15 de la Ley de Control Interno y las Normas N°s 1.4 y 4.1 de las “Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE)”, que indican:

Ley Control Interno No. 8292

“Artículo 10.—Responsabilidad por el sistema de control interno. Serán responsabilidad del jerarca y del titular subordinado establecer, mantener, perfeccionar y evaluar el sistema de control interno institucional. Asimismo, será responsabilidad de la administración activa realizar las acciones necesarias para garantizar su efectivo funcionamiento”.



“Artículo 15.-Actividades de control. Respecto de las actividades de control, serán deberes del jerarca y de los titulares subordinados, entre otros, los siguientes:

- a) Documentar, mantener actualizados y divulgar internamente, las políticas, las normas y los procedimientos de control que garanticen el cumplimiento del sistema de control interno institucional y la prevención de todo aspecto que conlleve a desviar los objetivos y las metas trazados por la institución en el desempeño de sus funciones.
- b) Documentar, mantener actualizados y divulgar internamente tanto las políticas como los procedimientos que definan claramente, entre otros asuntos...”

Normas de Control Interno

“1.4 Responsabilidad del jerarca y los titulares subordinados sobre el SCI

La responsabilidad por el establecimiento, mantenimiento, funcionamiento, perfeccionamiento y evaluación del SCI es inherente al jerarca y a los titulares subordinados, en el ámbito de sus competencias.

En el cumplimiento de esa responsabilidad las autoridades citadas deben dar especial énfasis a áreas consideradas relevantes con base en criterios tales como su materialidad, el riesgo asociado y su impacto en la consecución de los fines institucionales, incluyendo lo relativo a la desconcentración de competencias y la contratación de servicios de apoyo. Como parte de ello, deben contemplar, entre otros asuntos, los siguientes:

a. La definición de criterios que brinden una orientación básica para la instauración y el funcionamiento de los componentes orgánicos y funcionales del SCI con las características requeridas.

...

c. La emisión de instrucciones a fin de que las políticas, normas y procedimientos para el cumplimiento del SCI, estén debidamente documentados, oficializados y actualizados, y sean divulgados y puestos a disposición para su consulta.



- d. *La vigilancia del cumplimiento, la validez y la suficiencia de todos los controles que integran el SCI.*
- e. *La comunicación constante y el seguimiento de los asuntos asignados a los distintos miembros de la institución, en relación con el diseño, la ejecución y el seguimiento del SCI.*
- f. *Las acciones pertinentes para el fortalecimiento del SCI, en respuesta a las condiciones institucionales y del entorno.*

4.1 Actividades de control

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

El ámbito de aplicación de tales actividades de control debe estar referido a todos los niveles y funciones de la institución. En ese sentido, la gestión institucional y la operación del SCI deben contemplar, de acuerdo con los niveles de complejidad y riesgo involucrados, actividades de control de naturaleza previa, concomitante, posterior o una conjunción de ellas. Lo anterior, debe hacer posible la prevención, la detección y la corrección ante debilidades del SCI y respecto de los objetivos, así como ante indicios de la eventual materialización de un riesgo relevante.”

Lo anterior por cuanto las políticas y mecanismos que se implementen podrán contribuir y asegurar razonablemente el fortalecimiento de los controles internos para el logro de los objetivos institucionales.



2.1.2 Revisión complementaria de los Lineamientos

A raíz de lo manifestado por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, con relación a los lineamientos que debe seguir en atención a tema de la Imagen Institucional y los Patrocinios, se efectuó una revisión de la documentación aportada en esta materia, obteniendo los siguientes resultados:

2.1.2.1 Democratización de la pauta publicitaria.

Respecto a las consultas realizadas sobre las políticas y lineamientos aprobadas por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-496, Capítulo V), artículo 5) de la Sesión Extraordinaria 23-2018 celebrada el 19 de abril de 2018, se obtuvo que la persona encargada de la pauta social de la Unidad Comunicación y Relaciones Públicas desconocía sobre dichos lineamientos; no obstante, se comprobó que como parte del Control Interno, se cuenta con un documento denominado “*Democratización de la pauta publicitaria*”, misma que consiste entre otros aspectos en lo siguiente:

“... una práctica que es fomentada por la CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA, la cual año a año mediante informe sobre presupuesto asignado por MIDEPLAN muestra detalle sobre la ejecución de proyectos pauta publicitaria informativa. Con el objetivo de:

- *Ayudar a la democratización de la información.*
- *Compensan de la concentración de la inversión publicitaria en medios nacionales en manos de pocos empresarios.*
- *Dar voz a los diferentes actores sociales donde se desarrolla la actividad informativa de interés.*
- *Facilitar a que otros públicos captivos de ciudadanía tengan más opciones de información.” (SIC)*

Sin embargo, no se dispone de la aprobación por parte de la Administración Superior de este documento, adicionalmente se observó la carencia de una serie de controles internos para la validación de la Pauta Social, en aspectos tales como:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

1. Los espacios para entrevistas en vivo o pregrabadas para dar a conocer los proyectos de la Institución y su labor social.
2. Asistencia a las convocatorias que solicite la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas a las diferentes conferencias de prensa, donde se le facilitaría el material (comunicados de prensa, videos, entrevistas entre otros) los cuales deben de utilizar en los diferentes programas.
3. Actualización de sus redes sociales tales como: Facebook, YouTube, twitter y páginas web y captar en ellas la mayor cantidad de seguidores que permitan que el mensaje de la campaña social llegue a la mayor cantidad de público.
4. Bonificación al día de la exposición de la pauta en las diferentes plataformas de web tales como Facebook, YouTube, twitter y páginas web, de esta manera el mensaje de la Campaña llegaría de una forma dinámica a la población tecnológicamente conectada.
5. Certificación de forma mensual en donde se dé la difusión de dicha Pauta, la cual detalle la programación durante ese mes, días, horas y fechas entre otros (impresión del periódico o revista, cuñas o videos cortos de la difusión de la pauta), esto para tener la aprobación del pago respectivo, en caso de que se presenten inconvenientes al material audiovisual, pueden entregarlo de forma física en la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas de la Junta de Protección Social, en los primeros tres días hábiles una vez concluido el mes de difusión de la pauta.

Lo anteriormente expuesto, es un reflejo de la debilidad que se presenta ante la ausencia de la autorización formal de la democratización por parte de la instancia competente, ocasionando que no se cuente con los mecanismos que contribuyan a asegurar razonablemente las operaciones para el fortalecimiento del Sistema de Control Interno y el logro de los objetivos institucionales.

Esto se contrapone a lo establecido en el artículo N° 2 incisos a) de la Ley General de Control Interno que indica:



Ley Control Interno No. 8292

“Artículo 2º-Definiciones.

...

a) *Actividades de control: políticas y procedimientos que permiten obtener la seguridad de que se llevan a cabo las disposiciones emitidas por la Contraloría General de la República, por los jefes y los titulares subordinados para la consecución de los objetivos del sistema de control interno.*

Así como el artículo N° 15, inciso a) y b) de la Ley Control Interno No. 8292; que se transcribieron en el punto 2.1 del presente informe.

2.1.2.2 Patrocinios

1. Verificación de aspectos o Items contenidos en el documento “*Criterios de Admisibilidad de Patrocinios*” respecto a los contemplados por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas:

Respecto a las consultas realizadas sobre las políticas y lineamientos aprobadas por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-496, Capítulo V), artículo 5) de la Sesión Extraordinaria 23-2018 celebrada el 19 de abril de 2018, se obtuvo que el encargado de los patrocinios de la Unidad Comunicación y Relaciones Públicas desconocía sobre dicho lineamientos; no obstante, se observó que como parte del Control Interno cuentan con un documento formal denominado “*Criterios de Admisibilidad, JPS*”, aprobados mediante el acuerdo JD-716, Capítulo IV), artículo 8) de la Sesión Ordinaria 55-2019 celebrada el 16 de setiembre de 2019 y posteriormente modificados mediante el acuerdo JD-090, Capítulo IV), artículo 18) de la Sesión Extraordinaria 11-2021 celebrada el 18 de febrero de 2021.

Así mismo, para llevar a cabo la verificación de los ítems, el encargado de los Patrocinios, señor Mike Villalobos Rojas, entre otros controles, elaboró en la herramienta Excel dos documentos denominados “*Control de patrocinios JPS*”, que es un resumen de la valoración de los “*CRITERIOS TÉCNICOS DE ADMISIBILIDAD (Recomendación técnica)*”.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Al llevar a cabo la verificación de cada uno de los “*Criterios de Admisibilidad de Patrocinios JPS*”, por parte de la Auditoría Interna, se detectaron las siguientes situaciones:

- a) En el resumen de los “*Criterios de admisibilidad-JPS*”, no se documenta la verificación efectuada de los “*requisitos mínimos*” de los citados criterios aprobados por la Junta Directiva, tales como:
- *Cuenta con firma digital por parte del representante legal (en el caso de personas jurídicas), no obstante, se observa en la solicitud de patrocinio la firma digital del solicitante. (Este aspecto se visualizó en la solicitud de patrocinio).*
 - *Organización no aparece como patrono ante la CCSS, deberá incluir una declaración firmada por el representante legal, donde se justifique por qué no aparece inscrita como tal. (Este aspecto se visualizó en la solicitud de patrocinio).*
 - *No se podrán presentar solicitudes para periodos posteriores al semestre para el que se está recibiendo la documentación. (Este aspecto no se incorpora en la solicitud de patrocinio).*
 - *Solo se recibieron solicitudes vía correo electrónico, sin excepción alguna. (Este aspecto no se incorpora en la solicitud de patrocinio).*
- b) En este resumen de “*Criterios de Admisibilidad de Patrocinios*”, se detalla el total de los puntos obtenidos, pero en algunos casos dicho ítems se conforma por varios componentes o incisos, los cuales no se detallan en este documento o un anexo que los contenga.
- c) No se aportó un documento en donde conste la verificación por cada uno de los ítems con el detalle de los aspectos o incisos contenidos en los criterios de admisibilidad, así como los puntos obtenidos de cada inciso y la calificación final, de forma posterior de realizado el patrocinio o evento, con la finalidad de que sirva como control de seguimiento y/o fiscalización para futuras solicitudes.
- d) En la denominada “*Solicitud de patrocinio de eventos*”, que es firmada por el solicitante, se indica dentro de las “*Observaciones*”, lo siguiente:



“La entidad solicitante de patrocinio debe cumplir con los criterios de selección para aprobación de patrocinio, Acuerdo de Junta Directiva 142-2014, Acta 10-2015 de la Sesión Ordinaria del 17 de marzo de 2015” SIC.

No obstante, existen los acuerdos JD-716-2019 y 090-2020 citados anteriormente, que no se mencionan dentro de las “Observaciones” de la solicitud, lo cual correspondería ser ampliado en ese sentido.

- e) Se observó que en la “Solicitud de Patrocinios de eventos”, no se realiza un desglose de todos los componentes ni se incorpora el ítem de la puntuación, a manera de ejemplo con el ítem **“Frecuencia de solicitudes presentadas”**, el lector desconoce si es la primera vez, segunda vez o tres o más veces.

Lo anterior fue ratificado por medio de la consulta realizada al señor Mike Villalobos Rojas, vía Teams, el día 19/10/2021, sobre lo cual indicó lo siguiente:

“Lo de la frecuencia no viene en el formulario. Yo lo que hago es que reviso los archivos de Excel para ver si han solicitado antes patrocinio, de acuerdo con el número de cédula física o jurídica”.

- f) Respecto al Ítems “Frecuencia de Patrocinios asignados” y control de Patrocinios de periodos anteriores, se obtuvo por parte de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, mediante correo electrónico del 06 de diciembre, entre lo que interesa, lo siguiente:

“Las funciones relacionadas con patrocinios me fueron asignadas después de agosto del 2018 (que Margarita Barahona se pensionó), no recuerdo la fecha exacta.

Adjunto archivo muy básico de Excel, el cual fue el que montaba en un inicio, conforme llegaban las solicitudes de patrocinios. Antes llegaban solicitudes ingresaban en todo momento, lo cual dificultaba seriamente todo el proceso administrativo y los tiempos de respuesta. Aclaro que no obtuve documentación adicional de patrocinios que se hayan concretado antes de que se me fuese asignada la tarea, en el 2018.



Los criterios de admisibilidad los trabajé durante el 2019, aprovechando las experiencias suscitadas con patrocinios durante ese año, sin embargo, es a partir del 2020, que se empieza a utilizar la metodología de los criterios de admisibilidad, previa aprobación de JD". (El subrayado no es del original)

Sobre lo anterior, es de importancia contar con una herramienta de control con el cuál se pueda lograr llevar el monitoreo de los patrocinios solicitados, con el fin de cumplir a cabalidad con el criterio de frecuencia, que indica:

“Con el objetivo de ser inclusivos y otorgar a diferentes solicitantes la oportunidad de optar por un patrocinio de la JPS, se dará mayor puntaje aquellos interesados que nunca antes hayan demandado un patrocinio a la institución. Esto no significa que se van a excluir a personas físicas o jurídicas que hayan solicitado un patrocinio en ocasiones anteriores, sino que van a tener prioridad quienes no lo hayan hecho anteriormente.”

2-Además de los anteriores controles, se determinó que, dentro de los “Criterios de admisibilidad-JPS”, se indica lo siguiente:

“Requisitos indispensables para solicitar patrocinio a la JPS

A-La organización o persona interesada en solicitar patrocinio, deberá enviar por medio de correo electrónico, una carta firmada digitalmente a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas de la Junta de Protección Social.

...Además del oficio, la persona u organización interesada, deberá llenar el formulario de solicitud de patrocinio, el cual se podrá descargar en la página www.jps.go.cr. Si no se presentan ambos requisitos (carta y formulario) debidamente llenos, la Unidad de Comunicación y RRPP no se responsabiliza de dar continuidad a la solicitud presentada”. (El subrayado no es del original)

B-Los aspectos que considerará la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas para priorizar la presentación de solicitudes de patrocinios para



conocimiento y aprobación de Junta Directiva son los siguientes, previo cumplimiento de los requisitos mínimos anteriormente mencionados, son:

Criterios de admisibilidad:

- A. Presencia en medios
- B. Prioridad de exposición de marca VS otros patrocinadores
- C. Cantidad de participantes (directos e indirectos)
- D. Rendimiento Sobre la Inversión (ROI)
- E. Concordancia con área de atención de la JPS
- F. Actividad deportiva o cultural sin fin de lucro
- G. Frecuencia de solicitud”

Al realizar la verificación de dichos criterios, se determinó lo siguiente:

- a) A excepción de la “Federación Costarricense de Taekwondo” y “Maratón San José”, ninguno de los demás patrocinados mostrados en el cuadro que se detalla posteriormente, presentaron la carta firmada digitalmente; para éstos efectos sólo presentaron la solicitud. Al consultar al respecto al señor Mike Villalobos Rojas, de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas el 6/10/2021, éste indicó lo siguiente:

“Tendría que irme al correo a buscar para cada uno. Sin embargo, eso es algo que se debería solicitar que se modifique ya que es innecesario solicitar un oficio cuando el formulario de solicitud de patrocinios, como tal, es una solicitud formal por escrito, más que viene firmada por el responsable legal.

...

En el formulario, al inicio, también se indica cual es el objetivo de la actividad a patrocinar.

Por la Ley de simplificación de trámites, me parece que se optimiza mucho más así”

- b) En el caso particular del Criterio de Admisibilidad denominado: “**B. Prioridad de exposición de marca: Patrocinador exclusivo**”:



B. Prioridad de exposición de marca	
Patrocinador exclusivo	20
De 2 a 3 patrocinadores	15
Más de 3 patrocinadores	10
Copatrociniños o invitan	5
Nota Máxima	20

Se observó que, en el resumen de los Criterios de Admisibilidad, se indica el puntaje final, pero no se desglosa el puntaje obtenido de cada ítems e incisos, y en la “Solicitud de Patrocinios de eventos”, (documento donde en apariencia es donde se realiza el desglose de los componentes), no se indican las cantidades, solo los nombres de los patrocinadores.

- c) Respecto al Criterio de Admisibilidad: **D. Rendimiento sobre la inversión**, que indica:

“El Rendimiento sobre la inversión o Retorno de la inversión (ROI, por sus siglas en inglés, return on investment) es un indicador que permite a la JPS evaluar si invertir en un determinado patrocinio es rentable; esto con base en el capital destinado y en el beneficio obtenido. El ROI siempre debe reportar una utilidad para la JPS”.

Rendimiento sobre la inversión (ROI)*	
Igual o más de 100%	10 puntos
Menos de 100%	5 puntos
Cero o menos	0 puntos
Nota máxima	10 puntos

La fórmula ROI utilizada es:

$$\text{Total de servicios ofrecidos/costo del patrocinio} \times 100 = \text{ROI}$$

Se logró observar que, dentro de los criterios, no se establecen los elementos para definir si los beneficios que suministran los solicitantes de los patrocinios son razonables, dado que según información suministrada por el encargado de los Patrocinios la información de la inversión realizada es aportada por los



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

solicitantes la cual se respalda en la declaración jurada. Señaló además el encargado de los patrocinios, que, con base en su experiencia, aplica la práctica de valorar la razonabilidad de las sumas consignadas en elementos tales como los videos, pantallas, publicaciones, traseras de buses y otros; no obstante, no se tiene formalmente establecida dicha tarea, por lo que a criterio de esta Auditoría se requiere que sea considerado formalmente dentro de los criterios de admisibilidad.

3- Existen ítems contenidos en los “*Criterios de Admisibilidad de Patrocinios*”, que no se incorporan en ninguno de éstos dos documentos: “*Recomendación Técnica*” y “*Solicitud de Patrocinios de eventos*”, tales como los siguientes:

“C1-Tener firma digital por parte del representante legal (en el caso de personas jurídicas)

C2-La solicitud deberá presentarse como mínimo con dos meses de anticipación a la fecha(s) del evento(s), y respetando los periodos de recepción de solicitudes de patrocinios.

C3-La organización o persona interesada en solicitar patrocinio, deberá enviar por medio de correo electrónico, una carta firmada digitalmente a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas de la Junta de Protección Social.

C4-La persona u organización interesada, deberá llenar el formulario de solicitud de patrocinio, el cual se podrá descargar en la página www.jps.go.cr. Si no se presentan ambos requisitos (carta y formulario) debidamente llenos, la Unidad de Comunicación y RRPP no se responsabiliza de dar continuidad a la solicitud presentada.

C5-No se podrán presentar solicitudes para periodos posteriores al semestre para el que se está recibiendo la documentación.”

En relación con lo establecido en los lineamientos en materia de Patrocinios, aprobados por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-496, Capítulo V), artículo 5) de la Sesión Extraordinaria 23-2018, celebrada el 19 de abril de 2018, los mismos indican lo siguiente:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

“1. La Junta de Protección Social promoverá y proyectará la imagen institucional mediante el apoyo a patrocinios en eventos donde participen organizaciones vinculadas con los objetivos y programas que atiende la Institución.”

No obstante, lo establecido en el citado lineamiento, se apreció que los “*Criterios de Admisibilidad, JPS*”, aprobados por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-090 correspondiente al Capítulo IV), artículo 18) de la Sesión Extraordinaria 11-2021 celebrada el 18 de febrero de 2021, señalan lo siguiente:

“E. Concordancia con las áreas de atención Este criterio se refiere a que la persona física o jurídica que solicita a la Junta de Protección Social un patrocinio puede o no estar relacionada con las áreas de atención institucional. No obstante, para la JPS tienen prioridad aquellas solicitudes por parte de organizaciones que, dentro de su gestión, abarque cualquiera las áreas de atención indicadas en los artículos 8 y 13 de la Ley No. 8718 (personas adultas mayores, personas con discapacidad, menores de edad en condición vulnerable, explotación sexual comercial, programas de farmacodependencia, cuidados paliativos, educación especial, tratamiento y prevención del cáncer, enfermedades de transmisión sexual y personas privadas de libertad).”

Como se constata, se presenta una diferencia entre ambos criterios, dado que se logró determinar que no todos los patrocinios otorgados durante el periodo 2020, fueron dirigidos a organizaciones vinculadas con los objetivos y programas que atiende la Institución, sino a eventos deportivos que han tenido como meta según lo indicado en las recomendaciones técnicas: *“promover la proyección de marca “Junta de Protección Social” (JPS) y el posicionamiento del quehacer institucional y de los productos que se ofrecen ante eventos deportivos”*, lo cual si permite en este caso los criterios de admisibilidad aprobados por la Junta Directiva señalados.

Lo anterior, contraviene la norma N° 4.4 de las Normas de Control Interno para el sector público: *“Exigencia de confiabilidad y oportunidad de la información”*, que indica:



“El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben diseñar, adoptar, evaluar y perfeccionar las actividades de control pertinentes a fin de asegurar razonablemente que se recopile, procese, mantenga y custodie información de calidad sobre el funcionamiento del SCI y sobre el desempeño institucional, así como que esa información se comunique con la prontitud requerida a las instancias internas y externas respectivas. Lo anterior, tomando en cuenta, fundamentalmente, el bloque de legalidad, la naturaleza de sus operaciones y los riesgos relevantes a los cuales puedan verse expuestas, así como los requisitos indicados en la norma 4.2 (El Subrayado no es del original).”

Lo expuesto ocasiona, que las acciones diseñadas y aprobadas por la Administración Activa para proporcionar una seguridad razonable sobre el seguimiento y cumplimiento, no se cumplan a cabalidad a causa del desconocimiento de los lineamientos aprobados por la Junta Directiva y no contar la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas con un documento resumen, con la totalidad de los criterios o bien un anexo con el detalle de todos los componentes o incisos que componen los ítems de cada criterio de admisibilidad aprobado, con el detalle de la puntuación a evaluar y obtenida por parte del solicitante del patrocinio.

2.1.2.3 Imagen Institucional

A- Verificación de los ítems de la (Pauta Social 2020)

Con base al documento de la “*Democratización*” se realizó la contratación No. 2020CD-000012-0015600001, que corresponde a una estrategia de comunicación, mediante la cual se pretende dar una mayor divulgación a los beneficios que brinda la Junta de Protección Social a las clases más vulnerables de nuestra sociedad. Por lo tanto, se determinó la conveniencia de contratar los medios de radio, televisión, prensa y otros, para cubrir diferentes segmentos de la población, grupos de consumidores y alcance a nivel nacional; misma que dentro de la contratación se dispuso una serie de condiciones generales y específicas los cuales los oferentes debían cumplir.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

La propuesta inicial establecía 71 medios, en la contratación final, después de todos los filtros en el Sistema Integrado de Compras Públicas (SICOP) (Obligaciones tributarias y procesos de contratación) se adjudicaron a 62 medios para la Pauta Social 2020.

De estos 62 medios se extrajo una muestra de 22 oferentes, con la finalidad de revisar el cumplimiento de los lineamientos planteados en la contratación, según detalle:

Función	Tamaño de la población del estrato N_i	Proporción del estrato a_i	$\sum(N_i^2 * p_i * (1-p_i)) / a_i$	$\sum N_i * p_i * (1-p_i)$	Tamaño de la muestra por cada estrato		Muestra al azar
Prensa Escrita	19	32,00%	101,53	1,71	7	0	7
Radio	36	58,00%	201,10	3,24	13	0	13
Televisión	7	11,00%	40,09	0,63	2	0	2
	62	100%	342,73	5,58	22	0	22

Durante el proceso de revisión se observó que, en el caso de los puntos de las “*Condiciones Generales*” 4, 5 y 6, son verificados durante el desarrollo de la Pauta Social; sin embargo; la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas no aportó los controles internos que respaldaran las verificaciones a estos ítems.

Condición	
Condiciones Generales	
4	Deben de ofrecer espacios para entrevistas en vivo o pregrabadas para dar a conocer los proyectos de la Institución y su labor social.
5	Los medios están en la obligación de asistir a las convocatorias que solicite la unidad de Comunicación y Relaciones Públicas a las diferentes conferencias de prensa donde se le facilitará el material (comunicados de prensa, videos, entrevistas entre otros) los cuales deben de utilizar en los diferentes programas.
6	Los medios seleccionados deberán mantener actualizadas sus redes sociales tales como: Facebook, YouTube, twitter y páginas web y captar en ellas la mayor cantidad de seguidores que permitan que el mensaje de la campaña social llegue a la mayor cantidad de público.

En el caso de la “*Condición general*” No.9, la misma señaló:



Condición	
Condiciones Generales	
9	Cada medio una vez al mes deberá subir a la en la Plataforma de Compras Públicas SICOP, una certificación de la difusión de dicha Pauta la cual detalle la programación durante ese mes días, horas y fechas entre otros(impresión del periódico o revista, cuñas o videos cortos de la difusión de la pauta, esto para tener la aprobación del pago respectivo, en caso que de presentar inconvenientes al material audiovisual podrán entregarlo de forma física en la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas en las oficinas centrales de la Junta de Protección Social, en los primeros tres días hábiles una vez concluido el mes de difusión de la pauta.

Al respecto, de acuerdo con la muestra seleccionada por cada categoría de (Radio, Prensa escrita, Televisión) adjudicadas, se procedió a corroborar la certificación indicada, observándose lo siguiente:

1. Televisión se analizaron 2 proveedores:

Proveedor	Certificación		Observación
	SI	No	
1- Representaciones tel. Repretel Canal 6		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, ni está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
2- Radiofónica de la Península S.A (Tres medios)		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, ni está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.

2. Presa se analizaron 7 proveedores

Proveedor	Certificación		Observación
	SI	No	
1- Adriana Amador Aguiluz		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

2- Grupo SVC Capitales S.A		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, ni está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
3- Green Ingrid Alvarado Fatjó Solo una factura declino segundo mes		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
4- Patricia Salas Cárdenas		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
5- Luis Fernando Rojas Gómez		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
6- Camilo Rodríguez Chaverri		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
7- Periódico Mi Tierra Limitada		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.

3. Radio se analizaron 13 proveedores:

Proveedor	Certificación		Observación
	SI	No	
1- Norval Calvo Chacón		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
2- Diócesis de Tilarán		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, tampoco está adjunta en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
3- Mauricio Carvajal Aguilar		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

4- Jaime A. Peña Sobalvarro		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, tampoco está adjunta en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
5- Tempo. de la Arquidiócesis de San José		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación tampoco está adjunta en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
6- Minor Ocampo Chacón		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, con respecto a la misma está en un formato Word la cual en apariencia fue firmada con una imagen la cual no es legible.
7- Blynky Balón / Danilo A. Balmaceda Barahona	X		A nivel de SICOP, si se adjuntó dicha certificación en cada uno de las facturas que se tramitaron.
8- La Zona Sur Radio ochenta y ocho estéreo		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
9- Carlos Fernández Cerdas		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, tampoco está adjunta en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
10- Cámara Nacional de Radiodifusión		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
11- Asociación Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
12- Endy Torres Keith		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, sin embargo, si está en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

13- Ramiro Crawford Sterling		X	A nivel de SICOP, no se adjuntó dicha certificación, tampoco está adjunta en la documentación enviada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas.
------------------------------	--	---	--

Una vez concluida la revisión de las condiciones generales se procedió con la revisión de las condiciones específicas por cada categoría:

1. Televisión

Condiciones Específicas	
1	La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas proporcionará una vez al mes los videos de 30 segundos, los cuales difundirán la labor social de la Junta de Protección Social producto de las utilidades generadas por la venta de las diferentes loterías y juegos, por lo que las televisoras seleccionadas deberán transmitir en la paleta de programación con mayor rating dicha publicidad social.
2	Las televisoras contratadas deberán transmitir los videos de la Campaña Social, en la programación de los noticieros, programación regular, programas especiales (partidos de fútbol, concursos, telenovelas y programas en vivo).

La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas suministró evidencia del cumplimiento de los ítems.

2. Presa Escrita

Condiciones Específicas	
1	La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas proporcionará una vez al mes los artes (fotografías) que deberán ser impresos en lugares de mayor captación visual para el lector (portada, contraportada o el centro).
2	Los periódicos deberán difundir en las redes sociales los artes (fotografías).
3	Los medios rurales deberán distribuir el producto impreso en diferentes localidades para mayor alcance del mensaje la Junta de Protección Social a los lectores.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas suministró evidencia del cumplimiento de los ítems, a excepción del proveedor Green Ingrid Alvarado Fatjó, quien manifestó lo siguiente:

“Además, queremos hacer de su conocimiento que nuestro medio cumplió con la pauta asignada por ustedes, de media página para el mes de agosto del 2020, en el “Especial del impacto del Covid-19 en Costa Rica. Sin embargo; la segunda pauta que teníamos asignada, no la pudimos utilizar por el tema del Covid-19, al bajar considerablemente lo que es la publicidad a nivel general.”

3. Radio

Condiciones Específicas	
1	La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas proporcionará una vez al mes las cuñas destinadas para la difusión en los diferentes medios radiales.
2	En los diferentes programas los medios transmitirán tanto en la frecuencia AM o FM durante la programación las cuñas que le sean proporcionadas por la unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, con una duración de 30 segundos.
3	La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas solicitará algunos medios capsulas informativas de la labor de la institución, con una duración de al menos 45 segundos
4	Les corresponde realizar menciones (marca) de la Junta de Protección Social.

La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas suministró evidencia del cumplimiento de los ítems.

Una vez concluida la revisión tanto de las condiciones generales como específicas, esta Auditoría considera que es importante que la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas establezca los controles internos para la verificación de los ítems contenidos en el Pauta Social, ya que, al no contar con los controles pertinentes, se contraponen a lo establecido en el artículo N° 2 incisos b), que indica:



Ley Control Interno No. 8292

“Artículo 2º-Definiciones.

...

- g) *Actividades de control: políticas y procedimientos que permiten obtener la seguridad de que se llevan a cabo las disposiciones emitidas por la Contraloría General de la República, por los jefes y los titulares subordinados para la consecución de los objetivos del sistema de control interno.”*

Así como el artículo N° 15, inciso a) y b) de la Ley Control Interno No. 8292 y las normas N° 1.4 y 4.1 de las Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE), transcritos en los puntos 2.1 del presente informe, lo cual origina un debilitamiento del Control Interno.

2.1.2.4 Bonificaciones

Durante el proceso de revisión de la contratación No. 2020CD-000012-0015600001 “Pauta Social 2020”, se procedió a analizar el ítem N° 7 el cual corresponde a las bonificaciones que cada uno de los medios adjudicados, según el cartel de contratación indicó:

“7. Cada medio de comunicación seleccionado para la presente Campaña Social Publicitaria le ofrecerá a la Junta de Protección Social de manera bonificada la exposición de la pauta en las diferentes plataformas de web tales como Facebook, YouTube, twitter y páginas web, de esta manera el mensaje de la Campaña llegara de una forma dinámica a la población tecnológicamente conectada.”

Mediante correo electrónico del pasado 29 de octubre del 2021, se consultó a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, lo siguiente:

“Dentro del cartel de la contratación de la Pauta Social del año 2020, en el punto No. 7 indica lo siguiente:



"7. Cada medio de comunicación seleccionado para la presente Campaña Social Publicitaria le ofrecerá a la Junta de protección Social de manera bonificada la exposición de la pauta en las diferentes plataformas de web tales como Facebook, YouTube, twitter y páginas web, de esta manera el mensaje de la Campaña llegara de una forma dinámica a la población tecnológicamente conectada.

Se requiere se remita los controles que utiliza la unidad, para la validación de las bonificaciones por parte de los 62 medios que fueron adjudicados por la Junta."

La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas mediante correo del 03 de noviembre de 2021, manifiesta lo siguiente:

*"Los controles que se utilizan para cada medio contratado:
Se les solicitan informes de pauta, mensuales de cumplimiento, ellos envían la evidencia o la suben a SICOP.*

*Se le solicitan pantallazos de lo publicado en las redes sociales.
La evidencia de pauta y bonificaciones son parte de los informes mensuales.
Los medios bonifican con páginas completas, cintillos en sus páginas web, bonificación de cuñas extras en la radio, menciones en radio y descuentos a la hora de facturar.*

Los medios no solo bonifican la pauta también cubren conferencias de prensa y comunicados oficiales de la institución.

Yo se había enviado un documento con todos los reportes.

Si gusta puedo prepararle una muestra para su análisis."

A raíz de que la evidencia de las bonificaciones fue escasa, se solicitó nuevamente mediante correo electrónico el día 05 de noviembre de 2021 a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, la siguiente información:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

“Una vez revisado el material enviado en su momento hay carpetas que vienen en blanco y no fue factible validar las bonificaciones, motivo por el cual si vamos a requerir una carpeta exclusiva de las bonificaciones de los 62 medios que fueron adjudicados en la Pauta Social 2020.

...”

Dicha información fue suministrada por la herramienta One Drive del día 11 y 12 de noviembre de 2021, sin embargo; se vuelve a presentar la situación de carpetas en blanco, soportes en donde no queda claro cuál es la bonificación; de igual manera, faltaron carpetas de los adjudicados; así como, carpetas con nombres de proveedores que no se ubican dentro de la contratación de la Pauta Social 2020, motivo por el cual se procedió a realizar el oficio JPS-AI-1015-2021 de fecha 15 de noviembre de 2021, en el cual se solicitó puntualmente lo siguiente:

“En virtud de lo expuesto, se solicita llenar el Anexo No.1, donde se especifique propiamente cual fue la bonificación brindada por el medio, así como; los respaldos correspondientes.”

Mediante oficio JPS-CRP-65-2021 de fecha 19 de noviembre de 2021 en el cual se indicó, entre otros aspectos lo siguiente:

“Este documento no solo lleva el detalle de bonificaciones (Retorno de la inversión) son también el detalle de la facturación de cada medio de la campaña social 2020CD-000012-0015600001 con 62 medios de comunicación contratados.

Cuadro de tipos:

Tipos de Bonificaciones (retorno de la inversión)	
Radio	Cuñas o spots o menciones
Prensa Escrita	Medias páginas o medias páginas
Web	Banners
Televisión	Videos de 60 30 o 15 o menciones
Todos los medios	Noticias web



Una vez analizada la nueva información los resultados fueron los siguientes (**Anexo No.1**):

a. **Prensa:** de los 19 medios se observó:

- i. Publicaciones en Redes Sociales en donde no se aprecia propiamente el año en que se hicieron.
- ii. Certificaciones por parte de los medios de las bonificaciones efectuadas con fechas del mes de noviembre de 2021, correspondiendo la contratación al periodo 2020.

b. **Radio:** de los 35 medios se observó:

- i. Certificaciones por parte de los medios de las bonificaciones efectuadas con fechas del mes de noviembre de 2021, correspondiendo la contratación al periodo 2020.
- ii. Certificaciones por parte de los medios de las bonificaciones efectuadas sin fechas de emisión.
- iii. Publicaciones en Redes Sociales en donde no se aprecia propiamente el año en que se hicieron.
- iv. Listado de bonificaciones efectuadas por un medio, sin embargo; no se adjunta la evidencia de las mismas.
- v. Certificación de un medio del año 2018.

c. **Televisión:** de los 7 medios adjudicados, se observó lo siguiente:

- i. Certificaciones por parte de los medios de las bonificaciones efectuadas con fechas del mes de noviembre de 2021, correspondiendo la contratación al periodo 2020.



- ii. Publicaciones en Redes Sociales en donde no se aprecia propiamente el año en que se hicieron.
- d. **WEB:** Sólo fue un medio, el cual adjunta la certificación, sin embargo, no se especifica la fecha de emisión de la misma.

En virtud de los resultados de esta prueba, es necesario que la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, tome en consideración lo estipulado en los artículos N° 2, inciso c) transcrito en el punto 2.1.2.3 de este informe, así como, el artículo N° 15 de la Ley General de Control Interno No.8292, normas 1.4 y 4.1 Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) citadas en el punto 2.1.1 del presente informe, para la implementación de los controles respectivos en cuanto a las bonificaciones que debe presentar los medios según lo indicado en el cartel de contratación referente a la Pauta Social.

2.2 Carencia de Manuales de Procedimientos

Se determinó mediante los oficios JPS-GG-GPC-MER-PPP-038 del 24/08/2021 del Departamento de Mercadeo; JPS-CRP-46 del 16/09/2021 de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas y correo electrónico remitido por el encargado de Patrocinios el 27/08/2021; que las citadas Unidades Administrativas no cuentan con manuales de procedimientos actualizados disponibles para llevar a cabo las operaciones que se ejecutan, por cuanto los manuales aprobados del Departamento de Mercadeo corresponden al periodo 2014, en el caso de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas no cuentan con manuales de procedimientos de conformidad con lo indicado en el referido oficio JPS-CR-046-2021 y el correo electrónico recibido el 27 de agosto del 2021, por parte del encargado de Patrocinios.

En cuanto a Patrocinios, se obtuvo por parte del encargado de llevar a cabo el control y seguimiento, que en ausencia de los manuales de procedimientos se toma como guía el "*Cronograma del proceso de patrocinio, JPS*", el cual viene dentro de los "*Criterios de Admisibilidad*". Así mismo, la contratación de los medios, se aplica a las especificaciones técnicas para realizar la selección de los medios a contratar según la necesidad institucional.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Cabe indicar que, dicho Cronograma de Patrocinios, contiene todas las actividades que se desarrollan desde la recepción de la solicitud de patrocinio, hasta la remisión de la orden de compra, lo cual puede ser el insumo para elaborar el procedimiento de Patrocinios y/o el manual de tareas correspondiente.

La carencia de manuales de procedimientos, se contrapone a lo establecido en el artículo N° 15 incisos a) y b) de la Ley Control Interno No. 8292, las Normas Nos. 1.4 y 4.1 de las Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE, que se transcribieron en el punto 2.1.1 anterior “*Verificación del cumplimiento de las políticas*”.

El no contar con manuales de procedimientos y tareas debidamente autorizados por la Gerencia General, en los cuales se contemple aspectos como los enumerados anteriormente para el manejo de la Publicidad, Pautas Sociales y Patrocinios de la Institución, origina un debilitamiento de los controles internos en las verificaciones de los procesos, por cuanto las instrucciones deben estar debidamente documentadas, oficializadas, actualizadas, divulgadas y puestas a disposición para su consulta.

Lo anterior a causa de la falta de actualización de los Manuales de Procedimientos que deben llevar a cabo las dependencias administrativas en los procesos que les corresponde realizar. La ausencia de estos manuales, según lo manifestado por la Administración, es consecuencia del proceso de implementación de la reorganización de la Estructura Administrativa de la Institución aprobada por el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica en oficio DM-OFF-006 del 8 de enero de 2020, según lo descrito en oficio JPS-GG-1279-2020 del 05 de noviembre del 2020.

Sobre este tema la Auditoría Interna no emitirá recomendaciones, por cuanto en varios de los Informes que se detallan a continuación, se han hecho referencias sobre la ausencia de los manuales de procedimientos y la importancia de que se cuenten con ellos, a fin de que se describan en detalle, las instrucciones que se deben de realizar en un proceso determinado:



- AI JPS N° 13-2020 “Remuneraciones”,
- AI-JPS-N° 13-2020 “Subsidios entregados a los adjudicatarios de cuotas de lotería...”,
- AI JPS-N° 15-2020 “Evaluación de las Variaciones Presupuestarias

2.3 Seguimiento al Portafolio de Riesgos del 2020

Se tuvo conocimiento de que mediante acuerdo JD-834, Capítulo IV), artículo 8) de la Sesión Ordinaria 69-2020 celebrada el 16 de noviembre de 2020, la Junta Directiva “...aprueba el Marco Orientador del SEVRI, anexo al oficio JPS-GG-1324-2020 del 16 de noviembre de 2020, suscrito por la señora Marilyn Solano Chinchilla, Gerente General...” el cual señala en cuanto a la comunicación de los riesgos que “...Se deberá brindar información a los sujetos interesados, internos y externos, y a la institución en relación con los riesgos institucionales. La comunicación deberá darse mediante informes de seguimiento y de resultados del SEVRI que se elaboran periódicamente y mediante la operación de mecanismos de consulta a disposición de los sujetos interesados.”.

La Gerencia General mediante nota JPS-GG-1349-2020 del 24 de noviembre de 2020, dirigida a las Gerencias de Área y Unidades Asesoras, indicó:

Que los “... informes de seguimiento del VRI-AESCI, a partir del 2021, se deberán entregar con una periodicidad trimestral.

Posteriormente con el oficio JPS-GG-0542 del 26/04/2021, que da respuesta a la nota JPS-AI-436-2021 del 25 de mayo del 2021, se obtuvo que la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-230, Capítulo VII), artículo 10) de la sesión ordinaria 23-2021, celebrada el 19 de abril de 2021, aprueba el informe de AESCI y VRI 2020, formulado por todas las gerencias de área y unidades asesoras.

Al revisar el contenido del mismo, se observó que, por parte de la Gerencia General, Unidad de Ventas y Departamento de Mercadeo, se incluyeron algunos riesgos, dentro de los cuales se observaron oportunidades de mejora como se describe seguidamente:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

CODIGO (N°+Siglas Gerencia + Depto + Año)	REDACCIÓN DEL RIESGO	MEDIDA SELECCIONADA
21-GPC-MER-2020	<p>Debido a la no aprobación de la partida presupuestaria de Publicidad.</p> <p>Podría no realizarse campañas publicitarias ni promociones de los productos de la Junta.</p> <p>Consecuentemente no se realizaría una comunicación efectiva y directa al consumidor, se perdería posicionamiento de la marca, y las ventas se verán afectadas por la falta de empuje que da la publicidad a los sorteos.</p>	1. Gestionar por medio de la Gerencia Administrativa Financiera debe realizar las gestiones necesarias para que la Contraloría General de la Republica, realice la aprobación correspondiente del presupuesto para las partidas de publicidad. (SIC)

Respecto al riesgo N° 21-GPC-MER-2020 citado anteriormente, es preciso indicar que la redacción de la medida de acción tomada para este riesgo debe ser revisada, tomando en consideración lo estipulado en los artículos N°s 8, 13, 35 y 36 del Reglamento Orgánico de la Institución en donde se enmarca el ámbito de acción con respecto al tema presupuestario:

“Artículo 8°—La Junta Directiva como jefarca de la institución, tendrá las siguientes funciones:

...

e) Aprobar el Plan Anual Operativo y autorizar los presupuestos ordinarios y extraordinarios de la Institución, así como las modificaciones externas e internas que se emitan al respecto.

Artículo 13.—La administración de la institución la ejercerá un Gerente, quién será el jefe administrativo de máxima jerarquía. Sus atribuciones y funciones serán las que le asigne la Junta Directiva y la Presidencia, además de las siguientes:

...

b) Planear, dirigir, coordinar y supervisar la formulación del Plan Anual Operativo y del presupuesto de ingresos y egresos de la institución, presentándolo para su aprobación a la Junta Directiva.

Artículo 35.—La Dirección Financiero Contable tiene las siguientes obligaciones:



...

e) *Recibir y aprobar en primera instancia -los presupuestos de la institución, sus modificaciones internas y externas, los informes de ejecución presupuestaria y la liquidación anual, para ser elevados a la Gerencia.*

Artículo 36.—El Departamento de Contabilidad y Presupuesto es responsable de realizar las siguientes funciones:

...

c) *Establecer en conjunto con el Departamento de Planificación, la metodología y los procedimientos para la elaboración del presupuesto y conciliarlo con los entes gubernamentales que regulan esta materia.*

d) *Elaborar y mantener el control contable, económico y financiero del presupuesto, así como la ejecución de las disposiciones que le son propias conforme a lo dispuesto en las leyes.*

De igual forma, el riesgo N° 21-GPC-MER-2020 se contrapone a lo establecido en las normas N° 3.1 “*Identificación y Evaluación de riesgos*” y 3.3 “*Vinculación con la planificación institucional*”, de las Normas de Control Interno para el Sector público N° 2-2009-CO-DFOE), que indican:

Normas de Control Interno

“3.1 Valoración del riesgo *El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben definir, implantar, verificar y perfeccionar un proceso permanente y participativo de valoración del riesgo institucional, como componente funcional del SCI. Las autoridades indicadas deben constituirse en parte activa del proceso que al efecto se instaure.*

3.3 Vinculación con la planificación institucional

...

Asimismo, los resultados de la valoración del riesgo deben ser insumos para retroalimentar ese proceso de planificación, aportando elementos para que el jerarca y los titulares subordinados estén en capacidad de revisar, evaluar y ajustar periódicamente los enunciados y supuestos que sustentan los procesos de planificación estratégica y operativa



institucional, para determinar su validez ante la dinámica del entorno y de los riesgos internos y externos”.

Lo anterior, podría ocasionar la falta de cumplimiento de las medidas propuestas, o bien que estas sean asumidas por una Unidad Administrativa que no le corresponde.

2.4 Diferencias presentadas en la información de la Liquidación Presupuestaria 2020 en cuanto al detalle de Información, Publicidad y Propaganda

Con respecto a las páginas No.197 y 198 de la Liquidación Presupuestaria del 2020, la información presentada a nivel del Presupuesto Modificado y Ejecutado presenta diferencias en cuanto a las cifras contenidas en los sistemas informáticos e información en otros extractos del documento, como se aprecia a continuación:

1. Presupuesto Modificado

Concepto	Matriz Contabilidad Presupuesto Modificado (en colones)	Liquidación Presupuestaria (en colones)	Diferencia (en colones)	Observaciones
10302 - 105 - PUB.Y PROB.RADIO-TV LOT. ELECTRONICA	132.000,00	197.000,00	65.000,00	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-205 INFORMACION LOT. ELECTRONICA de Mercadeo por la suma de los ¢65.000,00
10302 - 201 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. NACIONAL	549.774.000,00	557.474.000,00	7.700.000,00	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-201 INFORMACION LOT. NACIONAL de Mercadeo por la suma de los ¢340.000,00 y Sorteos por ¢6.965.000,00, menos una reclasificación a la Subpartida 1.03.01 – 202 de Mercadeo por la suma de ¢395.000,00, este último punto no quedó en la Lq. Presupuestaria y corresponde a recalificación realizada producto del estudio en proceso.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

10302 - 202 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. POPULAR	215.750.000,00	218.750.000,00	3.000.000,00	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-202 INFORMACION LOT. POPULAR de Sorteos por la suma de los ¢3.000.000,00 más una reclasificación a la Subpartida 1.03.01 – 202 de Mercadeo por la suma de ¢395.000,00, este último punto no quedó en la Lq. Presupuestaria y corresponde a recalificación realizada producto del estudio en proceso.
10302 - 204 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT.INSTANTANEA	19.500.000,00	21.845.000,00	2.345.000,00	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-204 INFORMACION LOT. INSTANTANEA de Mercadeo por la suma de ¢845.000,00 y Sorteos por la suma de los ¢1.000.000,00, menos una reclasificación a la Subpartida 1.03.01 – 204 de Mercadeo por la suma de ¢500.000,00, este último punto no quedó en la Lq. Presupuestaria y corresponde a recalificación realizada producto del estudio en proceso.
10302 - 205 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT.ELECTRONICA	500.000,00	2.015.000,00	1.515.000,00	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-205 INFORMACION LOT. ELECTRONICA de Sorteos por la suma de ¢1.000.000,00, más una reclasificación a la Subpartida 1.03.01 – 204 de Mercadeo por la suma de ¢500.000,00, menos una reclasificación a la Subpartida 1.03.01 – 209 de Mercadeo por la suma de ¢15.000, estos dos últimos puntos no quedaron en la Lq. Presupuestaria y corresponde a recalificación realizada producto del estudio en proceso.



2. Ejecución presupuestaria y Liquidación presupuestaria del año 2020

Concepto	Monto Ejecutado según subpartida (en colones)	Monto Ejecutado según Informe de Ejecución (en colones)	Liquidación Presupuestaria (en colones)	Diferencia (en colones)	Observaciones
10302 - 105 - PUB.Y PROB.RADIO-TV LOT. ELECTRONICA	0,00	0,00	44.333,00	44.333,00	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-205 INFORMACION LOT. ELECTRONICA de Mercadeo por la suma de los ¢44.333,00
10302 - 201 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. NACIONAL	272.588.411,35	272.588.411,35	275.498.404,22	2.909.992,87	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-201 INFORMACION LOT. NACIONAL de Mercadeo por la suma de los ¢326.610,94 y Sorteos por ¢2.202.570,67, menos una reclasificación a la Subpartida 1.03.01 - 202 de Mercadeo por la suma de ¢380.811,26, este último punto no quedó en la



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					Lq. Presupuestaria y corresponde a recalificación realizada producto del estudio en proceso.
10302 - 202 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. POPULAR	178.109.075,43	178.109.075,43	179.415.400,40	1.306.324,97	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-202 INFORMACION LOT. POPULAR de Sorteos por la suma de los ¢1.306.324,97 más una reclasificación a la Subpartida 1.03.01 - 202 de Mercadeo por la suma de ¢380.811,26, este último punto no quedó en la Lq. Presupuestaria y corresponde a recalificación realizada producto del estudio en proceso.
10302 - 204 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS	1.452.398,29	1.452.398,29	3.220.751,52	1.768.353,23	En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

<p>LOT.INSTANTANE A</p>					<p>sumatoria de la Subpartida 1.03.01-204 INFORMACION LOT. INSTANTANEA de Mercadeo por la suma de ¢791.888,22 y Sorteos por la suma de los ¢969.873,22, menos una reclasificación a la Subpartida 1.03.01 – 204 de Mercadeo por la suma de ¢6.591,79, este último punto no quedó en la Lq. Presupuestaria y corresponde a recalificación realizada producto del estudio en proceso</p>
<p>10302 - 205 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT.ELECTRONIC A</p>	<p>6.591,79</p>	<p>6.591,79</p>	<p>1.158.896,24</p>	<p>1.152.304,45</p>	<p>En la Lq. Presupuestaria la cédula contempla la sumatoria de la Subpartida 1.03.01-205 INFORMACION LOT. ELECTRONICA de Sorteos por la suma de ¢579.239,37 y la</p>



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					subpartida 1.03.01.-209 INFORMACION LOT. ELECTRONICA- NUEVOS TIEMPOS por la suma de ¢579.656,87, menos una reclasificación de la Subpartida 1.03.01 - 204 de Mercadeo por la suma de ¢6.591,79, esto último no quedó en la Lq. Presupuestaria y corresponde a recalificación realizada producto del estudio en proceso.
--	--	--	--	--	---

Las diferencias presentadas en los datos de Información, Publicidad y Propaganda, se presta para confusión de los lectores tanto a interno de la institución como a nivel externo, lo cual incumple lo establecido en los artículos N°s. 8 inciso b) y 16 inciso a) de la Ley Control Interno No. 8292, artículo N° 91 inciso d) de la Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos N° 8131, Normas Técnicas sobre Presupuestos Públicos No. 2.2.3 inciso m), 4.3.17 y Normas de Control Interno 5.6, 5.6.1, 5.6.2 y 5.6.3. que se transcriben a continuación:

Ley Control Interno No. 8292

“Artículo 8º-Concepto de sistema de control interno. Para efectos de esta Ley, se entenderá por sistema de control interno la serie de acciones



ejecutadas por la administración activa, diseñadas para proporcionar seguridad en la consecución de los siguientes objetivos:

...

b) Exigir confiabilidad y oportunidad de la información.”

“Artículo 16.-Sistemas de información. *Deberá contarse con sistemas de información que permitan a la administración activa tener una gestión documental institucional, entendiendo esta como el conjunto de actividades realizadas con el fin de controlar, almacenar y, posteriormente, recuperar de modo adecuado la información producida o recibida en la organización, en el desarrollo de sus actividades, con el fin de prevenir cualquier desvío en los objetivos trazados. Dicha gestión documental deberá estar estrechamente relacionada con la gestión de la información, en la que deberán contemplarse las bases de datos corporativas y las demás aplicaciones informáticas, las cuales se constituyen en importantes fuentes de la información registrada. En cuanto a la información y comunicación, serán deberes del jerarca y de los titulares subordinados, como responsables del buen funcionamiento del sistema de información, entre otros, los siguientes:*

a) Contar con procesos que permitan identificar y registrar información confiable, relevante, pertinente y oportuna; asimismo, que la información sea comunicada a la administración activa que la necesite, en la forma y dentro del plazo requeridos para el cumplimiento adecuado de sus responsabilidades, incluidas las de control interno.”

Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos N° 8131

“Artículo 91.-Objetivos

El Subsistema de Contabilidad Pública tendrá los siguientes objetivos:

d) Obtener de las entidades y organismos del sector público, información financiera útil, adecuada, oportuna y confiable.”



Normas Técnicas sobre Presupuestos Públicos N-1-2012-DC-DFOE

“2.2.3 Principios presupuestarios. En concordancia con el marco jurídico y técnico, tanto para el presupuesto institucional como para el proceso presupuestario, se deberá cumplir con los siguientes principios, según correspondan:

m) Principio de claridad. Sin omitir las reglas técnicas esenciales, el presupuesto debe ser comprensible para las diferentes personas que utilizan la información presupuestaria de la institución.”

“4.3.17 Exactitud y confiabilidad de la liquidación presupuestaria. La administración debe establecer los mecanismos y procedimientos necesarios para garantizar razonablemente la confiabilidad, pertinencia, relevancia y oportunidad de la información contenida en la liquidación presupuestaria para que sirva de apoyo en la toma de decisiones y en la rendición de cuentas.

...”

Normas Control Interno de Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) en cuanto a:

“5.6 Calidad de la información

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

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

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



5.6.2 Oportunidad Las actividades de recopilar, procesar y generar información, deben realizarse y darse en tiempo a propósito y en el momento adecuado, de acuerdo con los fines institucionales.

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

2.5 Modificaciones realizadas en las Subpartidas presupuestarias 1.03.02 de Publicidad. Promoción, Patrocinios e Imagen Institucional

De la revisión llevada a cabo sobre las modificaciones realizadas a las subpartidas presupuestarias 1.03.02 de Publicidad. Promoción, Patrocinios e Imagen Institucional se visualizó que en el periodo 2020, se realizaron los siguientes ajustes:

1. Unidad de Relaciones Públicas

SUBPARTIDA	PRES. ORDINARIO ¢	MODIFICACIONES ¢	PRES. MODIF. ¢
10302 - 206 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS-OTROS	63.400.000,00	-160.000,00	63.240.000,00
10302 - 106 - PUB.Y PROB.RADIO-TV OTROS	187.200.000,00	45.800.000,00	233.000.000,00
10302 - 209 - PUB. Y PROP. OTROS MEDIOS - PATROCINIOS	82.000.000,00	0,00	82.000.000,00
TOTAL	332.600.000,00	45.640.000,00	378.240.000,00

Para estas modificaciones tanto de aumentos como de rebajos, la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas utilizó los mecanismos presupuestarios aprobados por la institución, los cuales fueron dos Traslados Extraordinarios, una Modificación Presupuestaria y un Traslado Ordinario. A continuación, el detalle de los mismos:



a) Traslado Extraordinario No.03-2020, de febrero 2020

“JPS-CRP-003-2020 del 11 de febrero 2020: Por este medio solicito un traslado extraordinario interno de fondos de la cuenta 10 302 106 (Radio y TV) a la cuenta 10 302 209 (Patrocinios), por un monto total de 10,000,000.00 colones (diez millones de colones exactos). Esto para poder cubrir una solicitud de patrocinio aprobada por Junta Directiva bajo el acuerdo JD-045 correspondiente al Capítulo II), artículo 2) de la Sesión Extraordinaria 05-2020 celebrada el 23 de enero de 2020.”

b) Traslado Extraordinario No.17-2020, de junio 2020

“JPS-CRP-012-2020 del 01 de JUNIO 2020: Mediante la presente se solicita traslado extraordinario de recursos, por un monto de ¢28,758,526.00 (veintiocho millones setecientos cincuenta y ocho mil quinientos veinte seis colones exactos), de la cuenta 10 302 206 a la cuenta 10 302 106.

Este traslado de recursos no afecta el PAO del año en curso. Asimismo, es necesario ya que actualmente la subpartida 106 es la que se está utilizando para la contratación de las producciones audiovisuales que se estarán ejecutando durante el año y los recursos se encontraban divididos.

Esto nos urge, ya que se requiere iniciar con la contratación de las producciones, en cumplimiento a los acuerdos de Junta Directiva.”

c) Modificación Presupuestaria No.06-2020, aprobado con acuerdo JD-556-2020, de julio 2020.

“JPS-CRP-018-2020 del 13 de julio 2020: Trasladar de la cuenta 10404 0 Servicios de Ciencias Económicas y Sociales el monto de ¢12,640,000.00, a la cuenta 10302 206 pub. y propaganda otros medios otros.

Justificación: Fortalecimiento de la cuenta para hacerle frente a las solicitudes de Junta Directiva y diferentes situaciones que se vayan presentando en este año atípico. Esto para lograr transmitir un mensaje de primera mano a los diferentes públicos, tales como organizaciones sociales, vendedores, funcionario y público en general. Referencia: JPS-JD-SJD-486-2020 de fecha 26 de junio de 2020.



Con el fin de ejecutar las diferentes actividades que se han programado y aprobado por Juntan Directiva en el marco del 175 aniversario de la nuestra institución, la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas solicita las siguientes modificaciones.”

d) Traslado Ordinario No.09-2020, de octubre 2020

“JPSCR-027-2020 del 16 de octubre 2020: Se trasladan recursos de la sub partida 10302-209 “Publicidad y Propaganda Otros Medios-Patrocinios” de Comunicación y Relaciones Públicas por la suma de ¢10,000,000.00 a la sub partida 10302-206 “Publicidad y Propaganda Otros Medios-Otros” de esta misma Unidad Administrativa, con el fin de fortalecer la cuenta de producciones audiovisuales.”

De los incisos a) al d) anteriores, en el caso específico del a), a partir del detalle que se observa en el traslado de recursos, en cuanto a que se realiza para cubrir una solicitud de patrocinio ya aprobada, es importante, que antes de aprobar una solicitud de patrocinio, se corrobore que exista contenido presupuestario, así como incluir dentro de los “Criterios de Admisibilidad”, el ítem de verificación de este punto.

2. Departamento de Mercadeo:

SUBPARTIDA	PRES.ORDINARIO ¢	MODIFICACIONES ¢	PRES. MODIF. ¢
10302 - 101 - PUB.Y PROP.RADIO-TV LOT. NACIONAL	1.017.000.000,00	242.900.000,00	1.259.900.000,00
10302 - 102 - PUB.Y PROP.RADIO-TV LOT. POPULAR	678.000.000,00	229.100.000,00	907.100.000,00
10302 - 105 - PUB.Y PROP.RADIO-TV LOT. ELECTRONICA	97.632.000,00	-97.500.000,00	132.000,00
10302 - 201 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. NACIONAL	579.774.000,00	-30.000.000,00	549.774.000,00
10302 - 202 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. POPULAR	310.750.000,00	-95.000.000,00	215.750.000,00



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

10302 - 204 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT.INSTANTANEA	169.500.000,00	-150.000.000,00	19.500.000,00
10302 - 205 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT.ELECTRONICA	0,00	500.000,00	500.000,00
TOTAL	3.136.001.000,00	0,00	3.136.001.000,00

Para estas modificaciones tanto de aumentos como de rebajos, el Departamento de Mercadeo utilizó los mecanismos presupuestarios aprobados por la institución, los cuales consistieron en tres Traslados Ordinarios y dos Traslados Extraordinarios. A continuación, el detalle de los mismos:

a) Traslado Ordinario No.01-2020, de enero 2020

“JPS-GG-GPC-MER-PPP-001-2020 del 20 de enero del 2020.: Se trasladan recursos de la sub partida 10302.01.05 “Pub.y Prob.Radio-TV Lot Electrónica” de Mercadeo por la suma de ₡500,000.00 a la sub partida 10302.02.05 “Pub y Prop. Otros Medios – Lot Electrónica” de Mercadeo por la suma de ₡500,000.00 con el fin de atender los gastos que requiere la elaboración de publicidad relacionada a Lotería Electrónica.”

Sobre el tema de la publicidad en los productos electrónicos, se debe tener presente que en la contratación 2011LN-000002-PROV “Desarrollo y Operación Lotería Electrónica en Costa Rica”, apartado XXXVIII “Promoción y Publicidad de los Juegos Objetos del Contrato”, se indica en lo que interesa:

“B. El Contratista deberá financiar una campaña de lanzamiento... Vencido el plazo de los seis meses deberá destinar, para publicidad y promoción al menos un 2% sobre las ventas brutas mensuales....

C. Los medios y materiales utilizados por el Contratista para promoción, publicidad y distribución, deberán identificarse con las marcas y logotipos de la Junta.

D. El material publicitario para la promoción en cada punto de venta deberá ser distribuido a cada uno de esos puntos por parte del Contratista.”



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Por lo descrito, es prudente que a nivel institucional se defina cuáles gastos pueden ser trasladados a la empresa contratada, dado que incluso se observó una ejecución presupuestaria de ¢6.5 mil en dicha subpartida, según detalle:

Fecha: 18 / ago / 2021
Hora: 11:20:19

JUNTA DE PROTECCION SOCIAL
SISTEMA DE PRESUPUESTO
Control de Presupuesto ,Versión 1.00
Periodo: 2,020.00

Página 1 de 1

Programa: 2 Unidad: 10200 Nombre: MERCADEO
Cuenta: 10,302.00 SubCuenta: 205.00 Nombre: PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT.ELECTRONICA

Doc. No.	Fecha	Descripción	Ref	Solicitado	Compromiso	GastoReal	Liquidado	Disponible
--	31/01/2020	SEGUN SOLICITUD REALIZADA EN OFICIO JPS-GG-GPC-MER-PPP-001-2020. Monto: 500000.00	-	0,00	0,00	0,00	0,00	500.000,00
S-STI-06-2020-1782	03/02/2020	LOTERIA ELECTRONICA LOGO REVENTADOS	-	44.270,00	0,00	0,00	0,00	455.730,00
S-STI-06-73306	23/02/2020	REGISTRO REAL STI-06	STI-1782	0,00	0,00	6.591,79	0,00	455.730,00
L-STI-06-496	23/02/2020	Liquidación automática generada por la transacción real número 73306, tipo Documento = STI, Documento = STI-06	STI-1782	0,00	0,00	0,00	37.678,21	493.408,21
						6.591,79		

Si bien es cierto el gasto es mínimo, debe analizarse el criterio en sí, partiendo de que en algún momento se pueda presentar la necesidad de un gasto más significativo.

b) Traslado Extraordinario No.14-2020, de mayo 2020

“GG-GPC-MER-PPP-019-2020 del 14 de mayo 2020:

- *De la sub partida 1.03.02.104 “Publicidad y Propaganda radio y televisión, Lot. Instantánea” de Mercadeo por la suma de ¢100,000,000.00 a la sub partida 1.03.02.102 “Publicidad y Propaganda radio y televisión, Lot. Popular” de Mercadeo.*

- *De la sub partida 1.03.02.204 “Publicidad y Propaganda otros medios, Lot. Instantánea” de Mercadeo por la suma de ¢100,000,000.00 a la sub partida 1.03.02.102 “Publicidad y Propaganda radio y televisión, Lot. Popular” de Mercadeo.*



• De la sub partida 1.03.02.204 “Publicidad y Propaganda otros medios, Lot. Instantánea” de Mercadeo por la suma de ₡25,000,000.00 a la sub partida 1.03.02.101 “Publicidad y Propaganda radio y televisión, Lot. Nacional” de Mercadeo.

Lo anterior, con el fin de reforzar la partida de “Publicidad y Propaganda radio y televisión” correspondiente a Lotería Nacional y Popular, para elaborar la campaña publicitaria de impacto y de alcance nacional, en los diferentes medios de comunicación.”

c) Traslado Ordinario No.05-2020, de mayo 2020

“JPS-GG-GPC-MER-PPP-020-2020 de 29 de mayo 2020: Se trasladan recursos de la sub partidas de Mercadeo: • 10302-204 “Publicidad y Propaganda otros medios, Lotería Instantánea a la cuenta 10302-102,” Publicidad y Propaganda radio y televisión, Lotería Popular” por un monto de 25,000,000.00.

• 10302-202 “Publicidad y Propaganda otros medios, Lotería Popular a la cuenta 10302-102” Publicidad y Propaganda radio y televisión, Lotería Popular” por un monto de ₡25,000,000.00.

• 10302-201 “Publicidad y Propaganda otros medios, Lotería Nacional a la cuenta 10302-101” Publicidad y Propaganda radio y televisión, Lotería Nacional” por un monto de ₡100,000,000.00.

Lo anterior, para reforzar la partida de “Publicidad Propaganda radio y televisión” correspondiente a Lotería Nacional y Popular, para realizar la contratación de comerciales que serán utilizados en la pauta publicitaria en los diferentes medios de comunicación contratado para este fin.”

d) Traslado Ordinario No.09-2020, de octubre 2020

“JPS-GG-GPC-MER-PPP-043-2020 del 29 de octubre 2020: Se trasladan recursos de Mercadeo entre las siguientes sub partidas:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Sub partida	Descripción	<u>Disminuciones</u>		Monto
10302-102	Pub y Prop. Radio-TV Lot. Popular.			¢ 30,000,000.00
10302-105	Pub y Prop. Radio-TV Lot. Electrónica.			¢ 97,000,000.00
10302-202	Pub y Prop. Otros Medios Lot. Popular.			¢ 70,000,000.00
Total				¢ 197,000,000.00

Sub partida	Descripción	<u>Aumentos</u>		Monto
10302-101	Pub y Prop. Radio-TV Lot. Nacional.			¢ 30,000,000.00
10302-101	Pub y Prop. Radio-TV Lot. Nacional.			¢ 97,000,000.00
10302-201	Pub y Prop. Otros Medios Lot. Nacional.			¢ 70,000,000.00
Total				¢ 197,000,000.00

e) Traslado Extraordinario No.64-2020, de diciembre 2020.

“JPS-GG-GPC-MER-PPP-001-2021 del 11 de enero 2021: De la cuenta 10302-101 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA RADIO Y TELEVISIÓN, LOTERÍA NACIONAL a la cuenta 10302-102 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA RADIO Y TELEVISIÓN, LOTERÍA POPULAR el monto de nueve millones cien mil colones con cero céntimos (¢ 9.100.000,00).

Lo anterior, se requiere con el fin de reforzar la partida de Lotería Popular y cubrir situación presentada con la Orden de Compra No. 23045-2020.”

Con la realización de estos traslados, a nivel general la subpartida 1.03.02 “Publicidad y Propaganda” logró un cumplimiento del 74,21% del presupuesto modificado, a pesar de haberse realizado 8 variaciones presupuestarias (Traslados Ordinarios, Extraordinarios y Modificación presupuestaria), lo cual hace entrever que no se está llevando a cabo un adecuado control sobre el comportamiento de las ejecuciones presupuestarias, para determinar si el presupuesto asignado requiere de ajustes oportunos.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Cabe mencionar que, dicho aspecto fue abordado en el Informe AI JPS N° 15-2020, denominado: “Evaluación de las Variaciones Presupuestarias”, en el punto N° 2.3.1.3 de los resultados del estudio, con la recomendación N° 4.1.6.

Posteriormente, se hizo una revisión de los documentos presupuestarios con el fin de observar si los mismos cumplen con los lineamientos establecidos en el Mecanismo de Variaciones Presupuestarias Institucional, así como con la prontitud con que fue comunicado a Junta Directiva:

CHEQUEO DE DOCUMENTOS PRESUPUESTARIOS								
TIPO DE DOCUMENTO	ACUERDO JD	AFECTACIÓN DEL PAO-POI	APROBADO POR JEFATURA DCP	BLOQUE DE LEGALIDAD	OFICIO FIRMADO CON SOLICITUD	FIRMA DE VB DE LA GAF	SOLICITUD EN EL SISTEMA	DOCUMENTO DIGITAL
TRASLADO ORDINARIO No. 01-2020	NO APLICA	X	X	NO APLICA	X	NO APLICA	X	X
TRASLADO EXTRAORDINARIO No. 03-2020	NO APLICA	X	X	NO APLICA	X	X	X	X
TRASLADO EXTRAORDINARIO No. 14-2020	NO APLICA	X	X	NO APLICA	X	X	X	X
TRASLADO ORDINARIO No. 05-2020	NO APLICA	X	X	NO APLICA	X	NO APLICA	X	X
TRASLADO EXTRAORDINARIO No. 17-2020	NO APLICA	X	X	NO APLICA	X	X	X	X
MODIFICACIÓN PRESUPUESTARIA No. 06-2020	JD-556-2020	X	NO APLICA	X	X	NO APLICA	X	X
TRASLADO ORDINARIO No. 09-2020	NO APLICA	X	X	NO APLICA	X	X	X	X
TRASLADO EXTRAORDINARIO No. 64-2020	NO APLICA	X	X	NO APLICA	X	NO	X	X



De los 8 documentos presupuestarios tramitados y que tienen relación con el tema en estudio, sólo el correspondiente al “*Traslado Extraordinario No.64-2020*” no cuenta con la instrucción por parte de la Gerencia Administrativa Financiera en dos oficios (JPS-GG-GPC-MER-PPP-001-2021 y JPS-GG-GDS-ACS-022-2021).

Lo anteriormente expuesto se contrapone a lo indicado en el Mecanismo de Variaciones Presupuestarias Institucional aprobado por la Junta Directiva mediante acuerdo JD-873-2015, el cual en su artículo N° 11, punto 2), inciso a), establece lo siguiente:

“2) Aspectos de Orden Específico

- a) *El Departamento Contable Presupuestario puede elaborar una modificación cada mes, de acuerdo con las necesidades presentadas por las Unidades Administrativas, distribuidas de la siguiente manera:*

...

Salvo casos de fuerza mayor debidamente justificados, en los que sea imprescindible el trámite de un ajuste, la Gerencia Administrativa Financiera será el responsable de valorar este tipo de situaciones y girar instrucciones al Departamento Contable Presupuestario para la elaboración del documento adicional.”

De igual forma, se incumple con la norma N° 5.6.1 de las Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE), transcrita en el apartado 2.4 del presente informe, lo cual origina un debilitamiento del Control Interno.

Cabe mencionar que, este punto fue abordado con la recomendación N° 4.1.3 del Informe AI JPS N° 15-2020, denominado “*Evaluación de las Variaciones Presupuestarias*” en los puntos N° 2.2.2 y 2.2.4 de los resultados del estudio, y para el cual se cita:

“4.1.3.

Se giren instrucciones al Departamento Contable Presupuestario para que se cumpla con la programación de elaboración de las variaciones



presupuestarias y que se incorporen en los expedientes de las variaciones presupuestarias que sean adicionales a las normadas, la respectiva valoración e instrucción del Jerarca Institucional en el caso de los Presupuestos Extraordinarios y de la Gerencia Administrativa Financiera en el caso de las Modificaciones y Traslados de Recursos, y que dichos documentos adicionales se realicen a manera de excepción, ante casos de comprobada necesidad e imprevisibilidad (Punto 2.2.2 y 2.2.4 de los resultados del estudio.)”

Al 13 de diciembre de 2021, esta recomendación se encuentra en estado **“Parcialmente cumplida”**.

2.6 Compromisos pendientes de fechas que datan desde el año 2018, 2019 y 2020

Respecto a los niveles de ejecución mencionado en el punto anterior, se procedió a revisar los compromisos pendientes del periodo 2020 para las subpartidas de Publicidad y Programando en la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, así como, del Departamento de Mercadeo, observándose lo siguiente:

1. Unidad e Comunicación y Relaciones Públicas:

a) Subpartida 10302 - 206 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS-OTROS

Documento	Descripción	Monto Compromiso ₡	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-23115-198	3101642748 S.A. Periódico. Pauta de la Campaña Social para evidenciar la labor de la Junta de Protección Social. Un medio: El Higuerón (3 meses)	395,500.00	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-23149-199	Ingrid Alvarado Fatjó. Revista. Pauta de la Campaña Social para evidenciar la labor de la Junta de Protección Social. Un medio: Paquete vive green-gluten (2 meses)	395,500.00	A la fecha no aparece cancelado
Total Compromisos del periodo 2020		791,000.00	

Mediante oficio JPS-CRP-64-2021 de fecha 19 de noviembre de 2021, se indicaron las razones por las cuales no se efectuó la cancelación de dichos compromisos:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

“Durante el 2020 únicamente dos medios no cumplieron con lo establecido en el contrato, estos dos medios fueron afectados profundamente por la pandemia lo que no les permitió cumplir con el último mes de la pauta, motivo por el cual no se les podía pagar el servicio.

...

De la contratación 2020CD-000012-0015600001 de la Pauta de la Campaña Social al proveedor Ingrid Alvarado Fatjo únicamente se le proceso una secuencia, un mes de pauta ya que la pandemia no le permitió al permitirlo sacar la segunda revista de la contratación.

En el caso del periódico del Higerón con cédula jurídica 3-101-642748 SOCIEDAD ANONIMA por contrato eran tres meses, pero por Pandemia no pudieron imprimir el periódico del tercer mes.” SIC

2. **Departamento de Mercadeo:** producto de la gran cantidad de compromisos pendientes, los mismos se pueden observar a nivel de detalle en el Anexo No.2. A continuación, se desprenden las subpartidas y cantidad de compromisos por año en cada una de ellas, en la mayoría de los casos hay compromisos que datan desde el año 2018:

Subpartida	Compromisos Pendientes			
	2018	2019	2020	Total
10302 - 101 - PUB.Y PROP.RADIO-TV LOT. NACIONAL	5	8	16	29
10302 - 102 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. POPULAR	3	5	16	24
10302 - 104 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. INSTANTÁNEA	3	1	2	6
10302 - 201 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. NACIONAL	5	7	6	18
10302 - 202 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. POPULAR	2	2	5	9
10302 - 204 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT.INSTANTANEA	2			2

Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-094-2021 de fecha 7 de diciembre del 2021, sobre este tema se indicó lo siguiente:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

“Mediante oficio JPS-GG-GAF-CP-175-2021 de fecha 24 de febrero 2021 el Departamento Contable Presupuestario remite detalle de las órdenes de compra, que no fueron ejecutadas o recibido el bien o servicio al cierre del periodo del 2020, por lo que este Departamento analiza cada una de las líneas y mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, el cual se adjunta indica aquellas líneas que se pueden liberar y las que de acuerdo a los registros internos deben permanecer en compromiso.”

En los siguientes cuadros se incluye el detalle de las facturas que a la fecha se han aprobado por parte de este Departamento y han sido remitidas a Recursos Materiales para que se continúe con el trámite de pago, en lo que respecta a las líneas que se mantienen en compromiso, se están revisando cuales eventualmente se pueden liberar, en otros casos se ha coordinado con el proveedor para el pago de las mismas, pero a la fecha no ha sido posible concretar el proceso.” SIC

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
Pruebas de Seguridad	€506 124,00	Fundación de la Universidad de Costa Rica para la Investigación	2/2/2020	2020CD-000157-0015600001

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
abr-19	€2 016 828,00	Milicom Cable Costa Rica, S.A.	8/4/2021	2018CD-000119-0015600001
may-19	€2 016 828,00	Milicom Cable Costa Rica, S.A.	8/4/2021	2018CD-000119-0015600001
jun-19	€1 789 911,77	Milicom Cable Costa Rica, S.A.	8/4/2021	2018CD-000119-0015600001

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
dic-20	€372 900,00	ARIE GARCIA HERRA	19/2/2021	2020CD-000084-0015600001

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
Computadoras	\$2.990.88	Systems Enterprise Costa Rica, S.A.	27/5/2021	2019LA-000004-0015600001

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
18 noviembre al 25 diciembre	€423 750,00	PSOS SOCIEDAD ANONIMA	2/3/2021	2019LA-000018-0015600001

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
oct-20	€4 488 443,75	TELEVISORA DE COSTA RICA	12/3/2021	2020CD-000089-0015600001

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
26 diciembre al 25 enero	€988 750,00	KANTAR IBOPE MEDIA COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	1/3/2021	2019LA-000016-0015600001

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
ene-21	€5 650 000,00	Sistema Nacional de Radio y Televisión Sociedad Anónima	19/7/2021	2020CD-000037-0015600001

Periodo	Monto	Razón Social	Fecha de Aprobación	Contratación
ago-19	€17 503 302,24	Sistema Nacional de Radio y Televisión Sociedad Anónima	29/8/2021	2020CD-000037-0015600001
ago-19	€12 490 629,98	Sistema Nacional de Radio y Televisión Sociedad Anónima	29/8/2021	2020CD-000037-0015600001



El tener la Institución comprometida con una antigüedad de casi 4 años se estaría incumpliendo las normas N° 4.3.3., 4.5.3 de las Normas Técnicas sobre Presupuestos Públicos N-1-2012-DC-DFOE, así como; el artículo N° 18 de la Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos No. 8131, que indican:

Normas Técnicas sobre Presupuestos Públicos N-1-2012-DC-DFOE:

“4.3.3 Responsabilidades del jerarca, titulares subordinados y demás funcionarios en la ejecución del presupuesto.

Para la adecuada ejecución del presupuesto, es responsabilidad del jerarca, titulares subordinados y demás funcionarios, según el ámbito de su competencia, lo siguiente:

- i. Establecer y ejecutar los procedimientos internos de la gestión de los ingresos y de los gastos presupuestarios de manera transparente y acorde con criterios de legalidad, economía, eficiencia, eficacia y calidad. Procedimientos que deberán contemplar los diferentes movimientos de la ejecución presupuestaria que aplica la institución y establecer los respaldos que deben acompañar el registro de dichos movimientos.*

4.5.3 Responsabilidad del jerarca, titulares subordinados y demás funcionarios en la fase de evaluación presupuestaria.

El desarrollo adecuado de la evaluación presupuestaria es responsabilidad del jerarca, titulares subordinados y demás funcionarios de la institución, según el ámbito de su competencia y conforme con lo dispuesto en el marco normativo vigente. Por lo anterior deben

- a) Establecer los mecanismos y procedimientos que permitan:*

...

- ii. Realizar evaluaciones periódicas de la ejecución de su presupuesto institucional.*



La Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos No. 8131:

“Artículo 18.-Responsabilidades de control

El control interno será responsabilidad de la máxima autoridad de cada dependencia. En los procesos donde participen dependencias diferentes, cada una será responsable de los subprocesos o actividades que le correspondan.”

2.7 Cumplimiento de Metas PAO-POI 2020

Como parte de las revisiones y tomando en consideración los niveles de ejecución y compromisos pendientes de las subpartidas de Publicidad y Propaganda, se procedió a verificar el seguimiento y cumplimiento trimestral de las metas relacionadas con el estudio; a continuación, se muestra el nivel de cumplimiento del año 2020 para la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, así como; del Departamento de Mercadeo, según los informes presentados por el Departamento de Planificación Institucional:

1. Departamento de Mercadeo:

Meta Asociada PAO 2020	Meta Modificada	Cumplimiento	Observaciones de Planificación Institucional, Informe JPS-PI-013-2021
2.1 Alcanzar la venta del 100% de la meta anual, para el periodo 2020, la cual es crecer un 5% de las ventas del periodo anterior (2019), realizando diversas estrategias mercadológicas.	2.1 Alcanzar la venta del 100% de la meta anual, para el periodo 2020, la cual es crecer un 0% de las ventas del periodo anterior (2019), realizando diversas estrategias mercadológicas.	81,56%	
1.1 Realizar el 100% de las actividades de rutina en coordinación y supervisión de		100,00%	



acciones que permitan la implementación de las estrategias mercadológicas durante el periodo 2020

2. Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas:

Meta Asociada PAO 2020	Meta Modificada	Acumulado	Observaciones de Planificación Institucional, Informe JPS-PI-013-2021
1.1 Realizar el 100% de las actividades para dar cumplimiento a las políticas institucionales en el área de Comunicación y Relaciones Públicas durante el periodo 2020.		100%	Se reportó un resultado alcanzado en el trimestre inferior al programado en el SPE con lo que se categoriza como meta incumplida.
1.2 Realizar entre los y las trabajadoras una campaña para interiorizar la misión-visión-valores y la comunicación interna.	<p>Meta fue eliminada y pasara a ser la actividad 4 de la meta de rutina 1.1.</p> <p>La solicitud se realizó con la nota JPS-CRP-016-2020 San José, 22 de junio del 2020.</p> <p>Esta solicitud fue presentada y aprobada mediante acuerdo JD-715 por parte de la Junta Directiva.</p>	0%	
1.3 Realizar una campaña para fortalecer la		100%	Se reportó un resultado alcanzado en el



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

percepción del público externo sobre el aporte que hace la institución a los sectores en vulnerabilidad o pobreza.			trimestre inferior al programado en el SPE con lo que se categoriza como meta incumplida.
1.4 Recomendar a la Junta Directiva el 100% de los patrocinios que cumplan con los criterios de selección aprobados por la Junta Directiva de la institución, durante el periodo 2020.		100%	
1.5 Implementar el LIBRO DE MARCA para Junta de Protección Social, en el periodo 2020.	Meta fue eliminada La solicitud se realizó con la nota JPS-CRP-016-2020 San José, 22 de junio del 2020. Esta solicitud fue presentada y aprobada mediante acuerdo JD-715 por parte de la Junta Directiva	0%	
1.6 Implementar un plan de divulgación en relación con el 175 aniversario que permita contribuir con la imagen institucional durante el periodo 2020.		83,33%	Se reportó un porcentaje alcanzado en el trimestre inferior al programado en el SPE con lo que se categoriza como meta incumplida.
1.7 Monitorear la licencia (Phishing), uso no autorizado de la marca JPS y sus demás productos para monitoreo de aplicaciones móviles, redes sociales y anuncios de motores de	Meta fue eliminada La solicitud se realizó con la nota JPS-CRP-028-2020 San José,	0%	



búsqueda durante el periodo 2020.	el 27 de octubre del 2020.		
	Esta solicitud fue presentada y aprobada mediante acuerdo JD-898-2020 por parte de la Junta Directiva.		

En el caso de las metas que no llegaron a la totalidad del cumplimiento, se procedió a verificar las acciones de mejora planteadas por parte de Mercadeo y la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, para el periodo 2021 obteniéndose el siguiente resultado:

- 1. Comunicación y Relaciones Públicas:** En este punto no se reportan acciones de mejora para las metas 1.1, 1.3 y 1.6, esto por cuanto para esta Unidad, las mismas fueron cumplidas; sin embargo; para el Departamento de Planificación Institucional se indica que la metas no fueron alcanzadas según lo programado en el Sistema de Planeación Estratégica (SPE), pero no se especifica cual fue el porcentaje asignado.
- 2. Mercadeo:** la meta de acción propuesta para la meta 2.1 fue:

“Valorar mejoras en la mecánica de participación de la promoción del Acumulado, con el fin de disminuir los problemas de activación que ha presentado el App, con esta medida se pretende aumentar la motivación de participación con la promoción, disminuir la cantidad de quejas y con esto impactar positivamente los niveles de venta de los sorteos.”

Sobre este punto en el periodo 2021, se establecieron acciones de mejora por parte del Departamento de Mercadeo, y en el caso de Relaciones Públicas, el Departamento de Planificación realizó observaciones hasta el seguimiento del IV trimestre 2020, momento en el cual, por el tema de la meta, ésta ya se encontraba extemporánea.



2.8 Registros Contables

2.8.1 De las contrataciones efectuadas por el Departamento de Mercadeo y ajustes contables a las cuentas del Mayor de Publicidad y Propaganda

- A. Mediante el oficio JPS-GG-GPC-MER-PPP-038 del 24 de agosto de 2021, recibido en atención a la solicitud de información requerida por la Auditoría Interna con el oficio JPS-AI-696-2021 del 13 de agosto de 2021, se obtuvo la lista de contrataciones realizadas por la Administración Activa en el año 2020 por concepto de publicidad y promociones.

Con base en lo anterior, mediante una selección aleatoria para llevar a cabo la verificación de los registros contables y documentos soportes se solicitaron los asientos contables respectivos al Departamento Contable Presupuestario de las operaciones que se ejecutaron sobre Publicidad, promoción, patrocinios e imagen institucional específicas de las contrataciones N° 2020CD-000084-0015600001 “Contratación de un Animador –Presentador”; por ₡13.000.000,00; N° 2020CD-000162-0015600001. “SERVICIO DE PRODUCCION DEL EVENTO DEL GORDO NAVIDEÑO 2020” por ₡20.324.214,18 y la N° 2020CD-000151-001560000 “Contratación de una empresa que brinde los servicios de publicidad en exteriores, vallas móviles y pantallas digitales”, por la suma de ₡19.888.000,00 obteniendo como resultado que existen casos de asientos de Diario que:

- A- No cuentan con la firma por parte del “Preparado” o el “Autorizado”; también se visualizó que hay un híbrido de firmas autógrafas con firmas digitales en los asientos. (Manuales y digitales).
- B- La firma de los asientos está siendo realizada por parte de los contadores y los profesionales a cargo de la Unidad Contable y Costos, en fechas muy posteriores a la realización del evento, (hasta 13 meses después de haberse realizado el asiento contable).
- C- Asientos contables que no en todos los casos se les adjunta los documentos soporte.
- D- Ajustes determinados en los meses de marzo y abril que fueron corregidos hasta el último trimestre del año.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

El detalle es el siguiente:

A-2020CD-000084-0015600001 "Contratación de un Animador -Presentador"

Proceso facturas:

N° Asiento	Firma Elaborado por	Firma Autorizado	Observaciones sobre fecha de la firma
41009	Si	Si	El asiento fue hecho 1/03/2021, firmado por el autorizado 4/11/2021
71132	Si	Si	El asiento fue hecho 28/10/2020 y firmado por el autorizado hasta el 4/11/2021
201491	Si	No	El asiento fue hecho 01/09/2021, firmado por el preparado 4/11/2021



JUNTA DE PROTECCION SOCIAL SISTEMA DE CONTABILIDAD GENERAL Comprobante de Diario

Empresa:	1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL	Periodo:	2021	Número:	41009
Sistema:	0302 - Sistema Proveeduría. - Cuentas por Pagar.	Concepto:	2106 - Cuentas por Pagar		
Tipo:	Automático				
Fecha Contable:	01/03/2021	Area Contable:	Sección Contable.		
Descripción:	Por factura: 10000000086 del proveedor: 110330303 ,nombre: ARIE GARCIA HERRA OC:23724				
Código		Débitos	Créditos		
5.1.2.03.02	Publicidad y propaganda	93,261.50			
5.1.2.03.02	Publicidad y propaganda	624,268.50			
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestación de se				704,850.00
2.1.1.03.02.01.0.01	Retención proveedores 2%				1,651.00
2.1.1.03.02.01.0.01	Retención proveedores 2%				11,049.00
Totales:		717,560.00			717,560.00

Detalle: 2020CD-000084-0015600001.ObjetoContratacióndeanimador presentador contratoe n entregasegúndemanda. Aprobado en SICOP por Mercadeo enero

Isela Calvo Gutierrez

Preparado por:

L0603330845

ARLENE WILLIAMS BARNETT (FIRMA)

Firmado digitalmente por ARLENE WILLIAMS BARNETT FIRMA. Fecha: 2021.11.04 15:31:07 -06'00'

Autorizado por:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Proceso Pago:

N° Asiento	Firma Elaborado por	Firma Autorizado	Observaciones sobre fecha de la firma
42591	Si	No	El asiento fue hecho 08/03/2021 y firmado por el preparado hasta el 3/11/2021
73412	Si	Si	El asiento fue hecho 04/11/2020 y firmado por el autorizado hasta el 4/11/2021
206220	Manualmente	Si	El asiento fue 06/09/2021 y firmado por el Autorizado hasta el 5 /11/2021



JUNTA DE PROTECCION SOCIAL SISTEMA DE CONTABILIDAD GENERAL Comprobante de Diario

Empresa: 1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL	Periodo: 2021	Número: 42591
Sistema: 0302 - Sistema Proveeduría. - Cuentas por Pagar.	Concepto: 2106 - Cuentas por Pagar	
Tipo: Automático		
Fecha Contable: 08/03/2021	Area Contable: Sección Contable.	
Descripción: *Asiento por Pago NÁº:594538 por concepto de: Cuentas por Pagar		
Código	Débitos	Créditos
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestacin de se	704,850.00
1.1.1.01.02.02.2.10	Cuenta 10000075401000183 BCCR	704,850.00
Totales:	704,850.00	704,850.00

Detalle: 2020CD-000084-0015600001.ObjetoContratacióndeanimador presentador contratoent regasegúndemanda. Aprobado en SICOP por Mercadeo enero

MARIA
TATIANA MENA
ROMERO
(FIRMA)

Firmado digitalmente
por MARIA TATIANA
MENA ROMERO
(FIRMA)
Fecha: 2021.11.03
16:31:34 -0600'

Preparado por:

L0601610106

Autorizado por:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021



JUNTA DE PROTECCION SOCIAL SISTEMA DE CONTABILIDAD GENERAL Comprobante de Diario

Emisión 28-10-2020

Empresa: 1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL	Periodo: 2020	Número: 71132
Sistema: 0302 - Sistema Proveduría. - Cuentas por Pagar.	Concepto: 2105 - Cuentas por Pagar	
Tipo: Automático		
Fecha Contable: 28/10/2020	Area Contable: Sección Contable.	
Descripción: Por factura: 1000000062 del proveedor: 110330303 ,nombre: ARIE GARCIA HERRA OC:23353		
Código	Débitos	Créditos
5.1.2.03.02	Publicidad y propaganda	124,300.00
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestación de se	122,100.00
2.1.1.03.02.01.9.01	Retención proveedores 2%	2,200.00
Totales:	124,300.00	124,300.00

Detalle: 2020CD-000084-0015600001. Contratación de animador-presentador contrato entrega según demanda. Aprobado en SICOP por Mercadeo julio

Firma 04-11-2021

Isela Calvo Gutierrez.

Preparado por:
L0603330845

ARLENE WILLIAMS BARNETT (FIRMA)
Firmado digitalmente por ARLENE WILLIAMS BARNETT (FIRMA) Fecha: 2021.11.04 08:45:35 -06'07'
Autorizado por:

B-2020CD-000162-0015600001. SERVICIO DE PRODUCCION DEL EVENTO DEL GORDO NAVIDEÑO 2020

Proceso facturas:

N° Asiento	Firma Elaborado por	Firma Autorizado	Observaciones sobre fecha de la firma
137024	Si	Si	El asiento es del 29/12/2020 y fue firmado por el autorizado hasta el 11/11/2021

N° Asiento	Firma Elaborado por	Firma Autorizado	Observaciones sobre fecha de la firma
137266	Si	Si	El asiento es del 30/12/2020 y la firma del preparado como autorizado hasta el 3/11/2021

C-2019CD-000053-0015600001 CAMPAÑA GENERICA LOTERIA NACIONAL Y POPULAR 2019-2020



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Proceso Facturas:

N° Asiento	Firma Elaborado por	Firma Autorizado	Observaciones sobre fecha de la firma
137399	Si	No	El asiento es de fecha 28/12/2020 y firmado por preparado el 11/11/2021

Proceso Pago

N° Asiento	Firma Elaborado por	Firma Autorizado	Observaciones sobre fecha de la firma
1372	Si	Si	El asiento es del 05/01/2021 y la firma preparado y autorizado 03/11/2021

Adicionalmente se procedió a realizar un levantamiento de los diferentes ajustes realizados a nivel de la cuenta Mayor en la parte Contable, información que fue solicitada al Departamento Contable Presupuestario, en el cual durante el proceso de revisión se observaron situaciones similares a las señaladas en el punto anterior, además de otros aspectos que llamaron la atención, según el siguiente detalle:

No. Asiento	Cuenta con respaldos	Firma de Profesional 2 UCG	Firma de Profesional 2 UCG	Observaciones de la Auditoría
54408	Si	Si	Si	El asiento es de fecha 01-09-2020, fue firmado por el Preparado (ya no labora en la Contabilidad ya que se trasladó al Departamento de Talento Humano a partir del mes de Octubre del 2021) el 11-11-2021 y por el Autorizado el 11-11-2021.
88433	No	Si	Si	El asiento es de fecha 11-09-2020, fue firmado por el Preparado y Autorizado el 11-11-2021, el respaldo no es claro a la hora de indicar la procedencia del ajuste
88809	No	Si	Si	El asiento es de fecha 11-09-2020, fue firmado por el Preparado y Autorizado el 11-11-2021, el respaldo no es claro a la



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

				hora de indicar la procedencia del ajuste
137702	Parcialmente	Si	Si	El asiento es de fecha 31-12-2020, fue firmado por el Preparado y Autorizado el 11-11-2021, el respaldo no cuenta con el correo de Recursos Materiales



JUNTA DE PROTECCION SOCIAL
SISTEMA DE CONTABILIDAD GENERAL
Comprobante de Diario

Empresa: 1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL		Periodo: 2020	Número: 54408
Sistema: 0101 - Sistema Financiero. - Contabilidad General.		Concepto: 01 - Documentos de Diario.	
Tipo: Manual			
Fecha Contable: 01/09/2020		Area Contable: Sección Contable.	
Descripción: Se ajusta el entero n° 49512, con fecha del 31/07/2020, por un monto de 130,000, ya que se reintegra iva referente a la factu			
Código		Débitos	Créditos
2.1.1.99.99.01.9.03	Otras deudas varias o/p - Deudas por pagar	130,000.00	
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestacin de se		130,000.00
Totales:		130,000.00	130,000.00

Detalle: Se ajusta el entero n° 49512, con fecha del 31/07/2020, por un monto de 130,000, ya que se reintegra iva referente a la factura 10000000151 y asiento n° 19125 con fecha del 12/06/2020.

CALEB FERNANDO HERRERA CASTILLO (FIRMA)
Firmado digitalmente por CALEB FERNANDO HERRERA CASTILLO (FIRMA) Fecha: 2021.11.11 08:35:57 -0500'

Firma 11-11-2021

ARLENE WILLIAMS BARNETT (FIRMA)
Firmado digitalmente por ARLENE WILLIAMS BARNETT (FIRMA) Fecha: 2021.11.11 15:17:35 -0500'

Preparado por:
 L0117070053

Autorizado por:

De los Comprobantes de Diario realizados por las Unidades de Contabilidad General y Costos que tienen relación con el tema en estudio, se observó que los mismos se encuentran firmados de acuerdo con lo estipulado en la actividad N° 11 del Manual de Procedimientos N° JPS-GAF-DCP-CC-01 aprobados en el año 2018; esta actividad se



está cumpliendo parcialmente ya que los mismos a pesar de ser del año 2020, están siendo firmados hasta en el año 2021.

Dado lo anterior mediante el oficio JPS-AI-1020-2021 del 17 de noviembre del 2021, se le solicitó al Departamento Contable Presupuestario, lo siguiente:

“A- Cuál es el manejo que el Departamento Contable Presupuestario efectúa a los asientos y documentación soporte; es decir, si cada día contable lo resguarda cada uno de los contadores que procesaron la información, u otro, tal como un archivo centralizado departamental. En caso de que cada día contable lo resguarde cada uno de los contadores que procesaron la información, se solicita indicar la forma en que cada uno tiene documentada y archivada esta información, ya sea física o digital; y si es un archivo centralizado, se solicita señalar si el mismo es físico o digital, en caso de ser digital aportar además las capturas de pantalla del mismo, donde se aprecien elementos tales como las fechas de creación.”

Las causas de que varios de los asientos no cuentan con la firma por parte del “Preparado” o el “Autorizado”, el híbrido de firmas autógrafas con firmas digitales en los asientos y el motivo por el cual la firma de los asientos está siendo realizada por parte de los contadores y los profesionales a cargo de la Unidad Contable y Costos, en fechas muy posteriores a la realización del evento.

Cuáles han sido las medidas de acción tomadas por ese Departamento para corregir las mismas las situaciones descritas.”

De lo anterior se obtuvo mediante oficio JPS-GG-GAF-CP-983 del 22 de noviembre del 2021, la siguiente respuesta:

1. Asientos Contables

“A. La forma de archivo de los comprobantes de diario se hace por cada contador que procesa cada uno de los días, asimismo se mantiene un archivo



de los asientos y otro de los soportes de los mismos digitalmente, esto por cada contador.

Cabe destacar que a la fecha no se ha recibido directriz alguna para enviar a un archivo centralizado.

B. En cuanto a las firmas faltantes e híbrido se indica lo siguiente

1. Primero algunos contadores no cuentan con firma digital.
2. Hay equipos que no están aptos para utilizar la firma digital.

3. Las firmas en fechas muy posteriores a la realización del evento se dan porque son momentos muy diferentes:

3.1. La fecha del asiento es la fecha en que fue incluida por las Unidades primarias.

3.2. La fecha en que la información llega para su archivo se da en días posteriores, de acuerdo a como se van recibiendo de las diferentes unidades.

3.3. El trámite se da de la siguiente manera: una vez que llegan estos documentos se confecciona una carpeta y posteriormente cada funcionario se hace cargo de hacer el trámite correspondiente que consta de la verificación análisis y mayorización.

3.4. Una vez completado el trámite de los asientos, los contadores los pasan para firma, de la persona encargada de la Unidad.

Debido a que la cantidad de asientos son muchos no se puede que los mismos vayan firmados con una misma fecha, aunado a esto muchas veces el exceso de trabajo no nos permitiría llevar a cabo a que los mismos sean enviados como lo indica la Auditoría Interna.

Como ejemplo del análisis anterior adjunto un ejemplo de la cantidad de asientos que llevan el debido proceso contable.

	Registros Octubre	Promedio Diario
<i>Unidad Contable</i>	24,157	805
<i>Unidad Bienes Patrimoniales</i>	112	4
<i>Unidad de Costos</i>	82	3



Lo señalado no cumple con lo dispuesto en las Normas Control Interno de Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) N° 5.5 que señala:

“5.5. Archivo institucional *El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben implantar, comunicar, vigilar la aplicación y perfeccionar políticas y procedimientos de archivo apropiados para la preservación de los documentos e información que la institución deba conservar en virtud de su utilidad o por requerimiento técnico o jurídico. En todo caso, deben aplicarse las regulaciones de acatamiento obligatorio atinentes al Sistema Nacional de Archivos.*

Lo anterior incluye lo relativo a las políticas y procedimientos para la creación, organización, utilización, disponibilidad, acceso, confidencialidad, autenticidad, migración, respaldo periódico y conservación de los documentos en soporte electrónico, así como otras condiciones pertinentes. (El subrayado no es del original)

Así como las normas N° 5.6, 5.6.1, 5.6.2 y 5.6.3. de las Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE), transcritas en el punto 2.4 del presente informe, lo cual origina un debilitamiento del Control Interno.

Por otra parte, de igual forma se está incumpliendo con el artículo No.91, inciso c) de la Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos No. 8131 que señala:

“Artículo 91.-Objetivos

El Subsistema de Contabilidad Pública tendrá los siguientes objetivos:

c) Proveer la información contable y la documentación pertinente de conformidad con las disposiciones vigentes, para apoyar las tareas de control y auditoría.

...”

Por lo expuesto, es de importancia que toda la documentación que es utilizada para el respaldo de las operaciones de los Estados Financieros, cuenten con las



respectivas firmas de los funcionarios responsables de confeccionarlos, revisarlos y aprobarlos, así como que esta documentación se encuentre debidamente clasificada, agrupada y oportuna, con el fin de asegurar la confiabilidad e integridad de las citadas operaciones que se ejecutan.

Este tema documental fue abordado en el Informe 14-2019 “Proceso de separación del Presupuesto Institucional de la Contabilidad General”, donde se generó la siguiente recomendación:

“Recomendación: 4.5: *Implementar un sistema de gestión documental en coordinación con los departamentos que corresponda, de manera que se logre la sustitución de los soportes documentales por soportes adecuados a la tecnología disponible en materia de información y comunicaciones. Tal sistema debe cumplir con los requerimientos legales en la materia para garantizar que la información custodiada tenga valor jurídico, contar con las medidas de seguridad necesarias para garantizar la inalterabilidad de la información y permitir consultas de fácil acceso a cualquier usuario interesado. Sobre el particular, véase lo señalado en el punto N° 2.4.”*

La misma es clara en indicar, los aspectos que deben contener la gestión documental que debe respaldar la información que es generada por el Departamento Contable Presupuestario.

Revisando el Sistema de Recomendaciones de la Auditoría Interna para el 13 de diciembre de 2021 esta recomendación se encuentra en estado “**Pendiente**”; por otra parte, en el archivo permanente de esta dependencia se observó el oficio JPS-GG-GAF-0960-2021 de fecha del 19 de noviembre de 2021, en el cual la Gerencia Administrativa Financiera previene al Departamento Contable Presupuestario con respecto a varias de las recomendaciones de este informe, según detalle:

“Al respecto, es deber de la Unidad a quien se le asignaron las recomendaciones, dar seguimiento y cumplimiento oportuno a las fechas establecidas en los cronogramas, máxime que existieron nuevas fechas de implementación propuestas, e informar las acciones ejecutadas a esta



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Gerencia Administrativa Financiera, situación que al día de hoy no se han ejecutado.

N° de Recomendación	Fecha Limite Acordada	Fecha Propuesta en oficio JPS -GG-GAF-242 -2021
4.1	01-02-21	31-07-21
4.2	15-04-21	31-07-21
4.3	16-02-21	31-07-21
4.4	16-02-21	31-07-21
4.5	15-08-21	15-12-21
4.7	15-08-21	15-12-21
4.8	Liquidación Presupuesto 2020	Liquidación Presupuesto 2021
4.9	15-08-20	31-08-21

Por lo anterior, se previene a ese Departamento sobre el deber de cumplir oportunamente el plazo de implementación, dado el desfase que presenta en el cumplimiento de las actividades propuestas en el oficio JPS-GG-GAF-CP-254-2021.”

2.8.2 Conciliaciones Presupuesto & Contabilidad “Publicidad y Propaganda”

En relación a las Conciliaciones Presupuesto & Contabilidad: “**Publicidad y Propaganda**”, se observó una serie de ajustes determinados en cada uno de los trimestres, mismos que fueron corregidos en su mayoría hasta el último trimestre del año, como se muestra a continuación:

I Trimestre 2020

Subpartida: 10302			
Nombre Subpartida PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			
Saldo Presupuesto	223,014,156.19		
Saldo Contabilidad	223,027,592.22		
Diferencia consolidada:	(13,436.03)		
Ref. S-011-2020			
Detalle	Monto Parcial	Monto Total	Tipo Movimiento
Diferencia por redondeo		0.02	
Asiento No. 7444 del 19/03/2020, ajuste Órdenes de Producción registradas en Febrero 2020 en CD. 5611 del 29/02/2020		(13,436.05)	Pendiente registro en Presupuesto
Total Ref. S-011-2020		(13,436.03)	
		0.00	

II Trimestre 2020



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Subpartida: 10302			
Nombre Subpartida PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			
Saldo Presupuesto	748 143 532,16		
Saldo Contabilidad	745 872 618,20		
Diferencia consolidada:	2 270 913,96		
Ref. S-011-2020			
Detalle	Monto Parcial	Monto Total	Tipo Movimiento
Asiento No. 7444 del 19/03/2020, ajuste Ordenes de Producción registradas en Febrero 2020 en CD. 5611 del 29/02/2020		(13 436,05)	Pendiente registro en Presupuesto
Asiento No. 11518 del 16/04/2020, registro de factura: 100000120475 de TELEVISORA DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA diferencia de menos en presupuesto en la cuenta 10302-101 Lotería Nacional.		(600,00)	Presupuesto corrige
Asiento No. 11521 del 16/04/2020, registro de factura: 100000120483 de TELEVISORA DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA diferencia de menos en presupuesto en la cuenta 10302-101 Lotería Nacional.		(600,00)	Presupuesto corrige
Asiento No. 20347 del 22-06-2020, rebajo según oficio JPS-GG-GAF-RM-146-2020, pero la cuenta correcta es la 1.1.4.01.99.99		2 285 550,00	Contabilidad corrige en Julio
Diferencia por redondeo		0,01	
Total Ref. S-011-2020		2 270 913,96	
		<u>0,00</u>	

III Trimestre 2020

Subpartida: 10302			
Nombre Subpartida PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			
Saldo Presupuesto	1,283,679,736.77		
Saldo Contabilidad	1,283,564,372.77		
Diferencia consolidada:	115,364.00		
Ref. S-011-2020			
Detalle	Monto Parcial	Monto Total	Tipo Movimiento
Asiento No. 7444 del 19/03/2020, ajuste Ordenes de Producción registradas en Febrero 2020 en CD. 5611 del 29/02/2020		(13,436.05)	Pendiente registro en Presupuesto
Asiento No. 11518 del 16/04/2020, registro de factura: 100000120475 de TELEVISORA DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA diferencia de menos en presupuesto en la cuenta 10302-101 Lotería Nacional.		(600.00)	Presupuesto corrige
Asiento No. 11521 del 16/04/2020, registro de factura: 100000120483 de TELEVISORA DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA diferencia de menos en presupuesto en la cuenta 10302-101 Lotería Nacional.		(600.00)	Presupuesto corrige
Asiento No. 54408 del 01/09/2020, registro de entero No. 49512 del 31/07/2020 por reintegro de IVA.		130,000.00	Se registró en presupuesto en octubre 2020.
Diferencia por redondeo		0.05	
Total Ref. S-011-2020		115,364.00	
		<u>-</u>	



IV Trimestre 2020

Subpartida: 10302			
Nombre Subpartida PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			
Saldo Presupuesto	2,607,792,989.50		
Saldo Contabilidad	2,607,792,989.27		
Diferencia consolidada:	0.23		
Ref. S-011-2020			
Detalle	Monto Parcial	Monto Total	Tipo Movimiento
Diferencia por redondeo		0.23	
	Total Ref. S-011-2020	0.23	
		(0.00)	

Dentro de los ajustes determinados en las conciliaciones del año 2020, se desprenden los siguientes:

1. Asiento No. 7444 del 19/03/2020, ajuste Órdenes de producción registradas en febrero 2020 en CD. 5611 del 29/02/2020 por la suma de (¢13,436.05), pendiente en el Sistema de Presupuesto.
2. Asiento No. 11518 del 16/04/2020, registro de factura: 100000120475 de TELEVISORA DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA diferencia de (¢600,00) de menos en presupuesto en la cuenta 10302-101 Lotería Nacional.
3. Asiento No. 11521 del 16/04/2020, registro de factura: 100000120483 de TELEVISORA DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA diferencia de (¢600,00) de menos en presupuesto en la cuenta 10302-101 Lotería Nacional.

Este tema fue consultado en nota JPS-AI-1020-2021 de fecha 17 de noviembre de 2021, en donde puntualmente se solicita al Departamento Contable Presupuestario señalar lo siguiente:

“2. Conciliaciones Presupuesto & Contabilidad “Publicidad y Propaganda”

De igual forma, se requiere se indiquen las razones por las cuales las diferencias presentadas desde los meses de marzo y abril del 2020, fueron corregidos hasta el último trimestre de dicho año.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Para lo cual el Departamento Contable Presupuestario manifestó lo siguiente en oficio JPS-GG-GAF-CP-983-2021 de fecha 22 de noviembre de 2021:

“Se informa que las razones por las cuales las diferencias de marzo y abril 2020, fueron corregidas hasta el último trimestre de dicho periodo. Esto se debió a que en el ínterin se realizó un esfuerzo por encontrar las diferencias; debido al volumen de información y a la complejidad que presenta esta cuenta, se solicitó colaboración en el último trimestre a otra funcionaria y se logró en forma conjunta determinar el origen de estas, procediéndose con los ajustes correspondientes.”

En virtud de lo expuesto en los puntos anteriores, se estaría incumpliendo el artículo N° 8 y 15 de la Ley General de Control Interno N° 8292, así como; lo señalado en la norma N°4.3.3 de las Normas Técnicas sobre Presupuestos Públicos N-1-2012-DC-DFOE transcritos en los puntos 2.1, 2.4 y 2.6 del presente informe.

2.9 Verificación de la Clasificación Presupuestaria de los gastos asociados a la subpartida 1.03.02 “Publicidad y Propaganda”

Se procedió a revisar la clasificación de las diferentes contrataciones llevadas a cabo por el Departamento de Mercadeo durante el año 2020, de estas contrataciones llamó la atención la clasificación de las siguientes:

N° de Contratación	Subpartida Presupuestaria	Nombre	Monto ¢
2020CD-000084-0015600001	1.03.02 “Publicidad y Propaganda”	Contratación de un Animador – Presentador	13 000 000,00
2020CD-000079-0015600001	1.03.02 “Publicidad y Propaganda”	Contratar los servicios de transmisión en radio de los sorteos que se realizan en la Junta de Protección Social de Lotería Nacional y Popular	48 816 000,0

Revisando el Clasificador por el Objeto del Gasto y el Manual Funcional de Cuentas Contables del Ministerio de Hacienda sobre estas clasificaciones, indican lo siguiente:



Clasificador por el Objeto del Gastos

“1.03.02 Publicidad y propaganda

Corresponde a los gastos por servicios de publicidad y propaganda que utilizan las instituciones públicas, tales como anuncios, cuñas, avisos, patrocinios, preparación de guiones y documentales de carácter comercial, y otros, los cuales llegan a la ciudadanía a través de los medios de comunicación masiva, escritos, radiales, audiovisuales o cualquier otro medio, que tienen como fin atraer a posibles compradores, espectadores y usuarios o bien resaltar la imagen institucional.

Se incluyen los contratos relacionados con publicidad y propaganda institucional que suministren artículos con fines publicitarios tales como: revistas, libretas, agendas, llaveros, lapiceros entre otros.”

Manual Funcional de Cuentas Contables

“5.1.2.03.02. Publicidad y propaganda

Gastos devengados en concepto de servicios de publicidad y propaganda, tales como anuncios, cuñas, avisos, patrocinios, preparación de guiones y documentales de carácter comercial, los cuales llegan a la ciudadanía a través de los medios de comunicación masiva, escritos, radiales, audiovisuales o cualquier otro medio, con el fin de atraer posibles compradores, espectadores y usuarios o bien resaltar la imagen institucional. Se incluyen los contratos para servicios de impresión relacionados con la publicidad institucional tales como: periódicos, revistas, libretas, agendas y similares e impresión de llaveros, lapiceros, etc., y contratos con las agencias publicitarias y productoras televisivas y cinematográficas.”

Producto de estas inquietudes en cuanto a la adecuada clasificación, se consultó a la Comisión de Clasificadores presupuestarios, obteniendo los siguientes resultados:



1. Primer Consulta:

N° de Contratación	Subpartida Presupuestaria	Nombre	Monto ¢
2020CD-000084-0015600001	1.03.02 "Publicidad y Propaganda"	Contratación de un Animador – Presentador	13 000 000,00

Dentro de la justificación del acto de adjudicación, se observó que el objetivo primordial de la Contratación del Animador-Presentador fue, que se encargara de:

- Guiar diferentes eventos que realiza la Institución con la energía y seguridad que cada situación requiere;
- Vigilar el protocolo respectivo de cada evento o actividad,
- Poner en contacto a los participantes con el público si el evento lo requiere.
- La presentación de la realización del sorteo de Lotería Popular de los días martes, viernes y los días domingo de los sorteos de Lotería Nacional.
- Dar a conocer los productos de la Junta, así como los diferentes tipos de sorteos (información con respecto al precio por fracción, precio por entero, monto del premio mayor y los otros premios principales) promociones, lanzamiento de productos nuevos, entre otros.

Así mismo, como se aprecia en el cuadro anterior esta contratación fue ejecutada presupuestariamente a la subpartida 1.03.02 "*Publicidad y Propaganda*"; con la finalidad de incrementar las ventas de los productos de la Institución y generar mayores utilidades para ayudar a los sectores más vulnerables del país; no obstante, se considera que este tipo contratación debería registrarse en la subpartida de 1.04.99 "*Servicios de Gestión y Apoyo*", ya que son servicios de profesionales de apoyo en la realización de los sorteos.

Al respecto, es preciso informar que la Auditoría Interna, procedió a realizar la consulta sobre la clasificación respectiva al Ministerio de Hacienda propiamente a la Comisión de Clasificadores Presupuestarios, a continuación, se presenta el planteamiento de la consulta, así como la respectiva respuesta:



“Detalle de la Consulta: “Contratación de un Animador –Presentador” :

“En la actualidad esta Auditoría se encuentra realizando un estudio de la “Publicidad, Promociones, Patrocinios e Imagen Institucional”, dentro de los procedimientos establecidos está la revisión de la correcta Clasificación Presupuestaria de los gastos asociados. En ese contexto se observó que para el año 2020, se efectuó la contratación de un “Animador” quien dentro de lo contratado está la presentación los días martes y viernes de la realización del sorteo de Lotería Popular y los días domingo la presentación de la realización de los sorteos de Lotería Nacional, esta contratación fue ejecutada presupuestariamente a la subpartida 1.03.02 “ Publicidad y Propaganda”.

Propuesta de Clasificación:

Subpartida Presupuestaria 1.04.99 SERVICIOS DE GESTION Y APOYO

Respuesta de la Comisión

Se recomienda la subpartida propuesta 1.04.99: 1.04.99 Otros servicios de gestión y apoyo: Comprende el pago por concepto de servicios profesionales y técnicos en campos no contemplados en las subpartidas anteriores, con personas físicas o jurídicas, tanto nacionales como extranjeras para la realización de trabajos específicos.”

2. Segunda Consulta:

N° de Contratación	Subpartida Presupuestaria	Nombre	Monto ¢
2020CD-000079-0015600001	1.03.02 “Publicidad y Propaganda”	Contratar los servicios de transmisión en radio de los sorteos que se realizan en la Junta de Protección Social de Lotería Nacional y Popular	48 816 000,00

“Detalle de la Consulta: “Transmisión en radio de los sorteos que se realizan en la Junta de Protección Social de Lotería Nacional y Popular”.

“En la actualidad esta Auditoría se encuentra realizando un estudio de la “Publicidad, Promociones, Patrocinios e Imagen Institucional”, dentro de los procedimientos establecidos está la revisión de la correcta Clasificación Presupuestaria. En ese contexto se observó que para el año 2020 se efectuó una “Contratación para los servicios de transmisión en radio de los sorteos que



se realizan en la Junta de Protección Social de Lotería Nacional y Popular”, misma que fue ejecutada en la subpartida 1.03.02 “Publicidad y Propaganda” ...” (El resaltado no es del original)

Propuesta de Clasificación:

Subpartida Presupuestaria 1.03.01 INFORMACIÓN

Respuesta de la Comisión:

“Se recomienda la imputación de ese tipo de contrataciones en la subpartida sugerida 1.03.01 que indica: “Corresponde a los gastos por servicios de información que utilizan las instituciones públicas para efecto de dar a conocer asuntos de carácter oficial, de tipo administrativo, campañas de carácter culturales, educativas, científicas o técnicas. Incluye la publicación de avisos, edictos, acuerdos, reglamentos, decretos, leyes, la preparación de guiones, documentales y similares, transmitidos a través de medios de comunicación masiva, escritos, radiales, audiovisuales o cualquier otro medio. La característica del gasto incluido en esta subpartida es la de mantener informada a la ciudadanía en general, y no de resaltar aspectos de imagen de las instituciones públicas...” (El resaltado no es del original)”

Por lo anteriormente expuesto y con el fin de clasificar los ingresos y gastos, se deberá cumplir con lo establecido en el inciso b) del artículo N° 15 y 16 de la Ley General de Control Interno No. 8292 transcritos en los puntos 2.1, 2.4 y 2.6 del presente informe.

Así como; las Normas de Control Interno para el Sector Público, especialmente lo dispuesto en los numerales 4.4.3, y 5.8, que indican:

Normas de Control Interno para el Sector Público:

4.4.3 Registros contables y presupuestarios. *El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben emprender las medidas pertinentes para asegurar que se establezcan y se mantengan actualizados registros contables y presupuestarios que brinden un conocimiento razonable y confiable de las disponibilidades de recursos, las obligaciones adquiridas por la institución, y las transacciones y eventos realizados.*



5.8 Control de sistemas de información. *El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben disponer los controles pertinentes para que los sistemas de información garanticen razonablemente la calidad de la información y de la comunicación, la seguridad y una clara asignación de responsabilidades y administración de los niveles de acceso a la información y datos sensibles, así como la garantía de confidencialidad de la información que ostente ese carácter.*

La incorrecta clasificación de los ingresos y gastos, podría ocasionar que no se cuente con información confiable en los registros contables, los cuales deberán estar estrechamente relacionada con la gestión de la información, con el fin de prevenir cualquier desvío en los objetivos trazados de la Institución.

Adicionalmente, al no contar con una correcta clasificación por el Objeto del Gasto, eventualmente se estaría incurriendo en un incumplimiento de la normativa presupuestaria, así como, la presentación de información errónea en los Informes de Ejecución Presupuestaria y Estados Financieros, mismos que son utilizados por la Administración Superior para la toma de decisiones.

2.10 Verificación de la Contratación N° 2020CD-000162-0015600001 Producción del evento del Gordo Navideño 2020

Con respecto a esta contratación de los “*Servicios Animación y Presentación Musical*” por un monto de ₡3.498.000,00 (tres millones cuatrocientos noventa y ocho mil colones exactos), en su momento fue clasificada en la subpartida 1.07.02 “*Actividades Protocolarias*”, sin embargo; tomando en consideración lo externado por la Comisión de Clasificadores Presupuestarios para el caso del servicio de animador-presentador de los sorteos, el Departamento de Contabilidad y Presupuesto deberá por tanto asegurarse de la adecuada clasificación presupuestaria para este tipo de gastos.

Con respecto al punto anterior, llamó la atención que, a pesar de tener una contratación exclusiva de un Animador para la presentación de los sorteos, se pagara un rubro adicional propiamente para el sorteo del Gordo Navideño, motivo por el cual mediante oficio JPS-AI-1018-2021 de fecha 16 de noviembre de 2021, se consultó lo siguiente al Departamento de Mercadeo:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

“En relación con el estudio que la Auditoría Interna se encuentra realizando sobre la “Publicidad, promoción, patrocinios e imagen institucional”, se observó que la institución realizó para el año 2020 la contratación de un presentador, para llevar a cabo las transmisiones de los sorteos de las loterías tradicionales.

Al respecto, se consulta si el servicio anual brindado por dicho presentador, incluyó la labor ejercida por el mismo para la transmisión del Gordo Navideño del año 2020, o si en su defecto el costo del servicio del presentador formó parte dentro de los conceptos ejecutados para ese evento en particular, en cuyo caso se solicita detallar el costo y el dato en qué rubro fue considerado.”

Esta información fue suministrada por parte del Departamento de Mercadeo en oficio JPS-GG-GPC.MER-PPP-052-2021 de fecha 19 de noviembre de 2021:

“En relación al servicio brindado por el presentador Arie García Herra en las actividades del Sorteo Extraordinario de Navidad 2020, este incluyó la labor ejercida en la presentación del concierto para el Sorteo del Gordo Navideño del año 2020, no así la presentación del sorteo como tal, la cual estaba contemplada dentro de los servicios brindados por el SINART dentro de la contratación que se mantiene para transmisiones de los sorteos.

Sobre el particular, la factura realizada por el presentador incluía dos horas de la línea de SICOP llamada “Eventos con una duración de 45 a 60 minutos”, facturando un monto de ₡372,900.00 por estas 2 horas de servicio y se cargaron a la partida presupuestaria N°10.302.101, “Servicios de un Animador – Presentador”.

Se procedió a verificar la fecha del establecimiento del compromiso, así como las fechas de pago determinándose lo siguiente:

2. A nivel presupuestario fue incluida el 16 de diciembre del periodo 2020 en la subpartida 1.03.02-101 PUB.Y PROP.RADIO-TV LOT. NACIONAL, quedando como un compromiso pendiente de pago.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Fecha: 18 / ago / 2021
Hora: 09:35:42

JUNTA DE PROTECCION SOCIAL
SISTEMA DE PRESUPUESTO
Control de Presupuesto ,Versión 1.00
Periodo: 2,020.00

Programa: 2 Unidad: 10200 Nombre: MERCADEO
Cuenta: 10,302.00 SubCuenta: 101.00 Nombre: PUB.Y PROP.RADIO-TV LOT. NACIONAL

Doc. No.	Fecha	Descripción	Ref	Solicitado	Compromiso	GastoReal
D-23809-3222	18/12/2020	LOTERIA NACIONAL, TELEVISION, EMPRESA QUE BRINDE LOS SERVICIOS DE UN ANIMADOR - PRESENTADOR, EN LA MODALIDAD CONSUMO POR DEMANDA, 2 EVENTOS DE 45 A 60 MINUTOS, PERIODO 2020.	SOL-20312	0,00	372.900,00	0,00

3. A nivel contable la factura del gasto fue registrado hasta el 26 de marzo del 2021 mediante el asiento contable No. 53624, en el cual se observaron las siguientes situaciones:

- La fecha de emisión de la factura del proveedor fue el 24 de diciembre del 2020 y el gasto fue registrado 3 meses después.
- Las firmas del asiento a pesar de ser digitales, no se observaron ni el día ni la hora en que fue firmado.

Adicionalmente, comparando las firmas del asiento No.53624 con otro asiento efectuado por el mismo contador y aprobado por el mismo profesional del área, llama la atención que en unos casos si se aprecia lo indicado en el párrafo anterior, como se puede apreciar a continuación:

Periodo: 2021 Número: 53624 Concepto: 2106 - Cuentas por Pagar
Empresa: 1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL
Sistema: 0302 - Sistema Proveeduría. - Cuentas por Pagar. Fecha Contable: 26/03/2021
Tipo: Automático Area Contable: Sección Contable.
Descripción: Por factura: 10000000080 del proveedor: 110330303 ,nombre: ARIE GARCIA HERRA
Detalle: 2020CD-000084-0015600001. Contratación de animador-presentador contrato entrega según demanda. No se importa OC 23809 por corresponder a periodo 2020 Aprobado en SICOP por Mercadeo dic

Código	Débitos	Créditos
5.1.2.03.02	Publicidad y propaganda	372,900.00
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestación de se	366,300.00
2.1.1.03.02.01.001	Retención proveedores 2%	6,600.00
Totales del Asiento: 53624 del Periodo: 2021		372,900.00

CALEB FERNANDO
HERRERA CASTILLO
(FIRMA)

Preparado por:

ARLENE
WILLIAMS
BARNETT
(FIRMA)

Firmado digitalmente por
ARLENE WILLIAMS
BARNETT (FIRMA)
Autorizado por:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021



JUNTA DE PROTECCION SOCIAL SISTEMA DE CONTABILIDAD GENERAL Comprobante de Diario

Empresa: 1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL	Periodo: 2020	Número: 54408
Sistema: 0101 - Sistema Financiero. - Contabilidad General.	Concepto: 01 - Documentos de Diario.	
Tipo: Manual		
Fecha Contable: 01/09/2020	Area Contable: Sección Contable.	
Descripción: Se ajusta el entero n° 49512, con fecha del 31/07/2020, por un monto de 130,000, ya que se reintegra iva referente a la factura		
Código	Débitos	Créditos
2.1.1.09.00.01.9.03	Otras deudas varias o/p - Deudas por pagar	130,000.00
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestación de se	130,000.00
Totales:	130,000.00	130,000.00

Detalle: Se ajusta el entero n° 49512, con fecha del 31/07/2020, por un monto de 130,000, ya que se reintegra iva referente a la factura 10000000151 y asiento n° 19125 con fecha del 12/06/2020.

CALEB FERNANDO HERRERA
CASTILLO (FIRMA)

Preparado por:

ARLENE WILLIAMS
BARNETT (FIRMA)

Autorizado por:

4. La cancelación fue realizada el 29 de marzo del 2021 mediante el asiento contable No. 57870, el cual cuenta con la documentación de respaldo, sin embargo; persiste la situación de firmas posteriores a la realización del evento ya que fue firmado hasta el 25/11/2020 por parte del "Preparado" y en el caso del "Autorizado" no aparece la fecha ni la hora en que fue firmado



JUNTA DE PROTECCION SOCIAL SISTEMA DE CONTABILIDAD GENERAL Comprobante de Diario



Empresa: 1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL	Periodo: 2021	Número: 57870
Sistema: 0302 - Sistema Proveeduría. - Cuentas por Pagar.	Concepto: 2106 - Cuentas por Pagar	
Tipo: Automático		
Fecha Contable: 29/03/2021	Area Contable: Sección Contable.	
Descripción: *Asiento por Pago NA°:609718 por concepto de: Cuentas por Pagar		
Código	Débitos	Créditos
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestación de se	366,300.00
1.1.1.01.02.02.2.10	Cuenta 10000075401000193 BCCR	366,300.00
Totales:	366,300.00	366,300.00

Detalle: 2020CD-000084-0015600001. Contratación de animador-presentador contrato entrega según demanda. No se importa OC 23609 por corresponder a periodo 2020 Aprobado en SICOP por Mercadeo dic

ROSA ISELA CALVO
GUTIERREZ (FIRMA)

Preparado por:

ARLENE WILLIAMS
BARNETT (FIRMA)

Autorizado por:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

5. Estos registros constan en el Reporte de Facturas y Pagos a Proveedores.

Junta de Protección Social
Departamento de Contabilidad y Presupuesto
Reporte de Facturas y Pagos a Proveedores
Auxiliar Contable



Concepto: Cuentas por Pagar

Sub Concepto: COMPRA DE MERCADERÍAS Y SERVICIOS

Proveedor/ Beneficiario: ARIE GARCIA HERRA

Cédula: 110330303

Factura	Fecha	Monto neto a pagar	Fecha Pago	Documento Pago	Monto Pagado	Saldo	Estado
10000000073	02/12/2020	610,200.00	03/12/2020	504114	599,400.00	10,800.00	Pagada
10000000068	02/12/2020	802,300.00	03/12/2020	504115	788,100.00	14,200.00	Pagada
10000000078	08/12/2020	678,000.00	09/12/2020	508754	666,000.00	12,000.00	Pagada
10000000086	01/03/2021	717,550.00	08/03/2021	594538	704,850.00	12,700.00	Pagada
10000000088	11/03/2021	678,000.00	15/03/2021	600519	666,000.00	12,000.00	Pagada
10000000080	26/03/2021	372,900.00	29/03/2021	609718	366,300.00	6,600.00	Pagada
Totales:		3,858,950.00			3,790,650.00	68,300.00	

Mediante correo del 25 de noviembre de 2021, se procedió a consultar al Departamento Contable Presupuestario lo indicado seguidamente:

“Revisando la documentación enviada, se tiene dos inquietudes:

Asiento 53624

1. *Aparece firmado de forma digital, sin embargo; en las misma no se aprecia ni la fecha ni la hora como en otros documentos del mismo contador, favor indicarnos que día y hora fue firmado los mismos.*

Asiento 57870

2. *Con respecto a lo externado sobre estos documentos "sigo en espera, pues la persona que tiene esta información no se encuentra en el Departamento.", favor aclarar a que se refiere con que la persona no se encuentra en el Departamento.”*

En respuesta a lo consultado el Departamento Contable Presupuestario indica lo siguiente, mediante correo del 25 de noviembre de 2021:

- “1. La fecha en que se firmó el asiento 53624 es: del 08-04-2021 a las 10:06:59 p.m.*
- 2. Este día (29-03-2021) en cuanto a: “favor aclarar a que se refiere con que la persona no se encuentra en el Departamento” es que el compañero está*



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

laborando actualmente en el Departamento de Talento Humano y había ayudado con ese día por la cantidad de facturas y pagos que se debían revisar y mayorizar.”



Producto de dicha respuesta se solicitó lo siguiente al Departamento Contable Presupuestario, mediante correo del día 26 de noviembre de 2021:

“En virtud de lo indicado en correo anterior, favor suministrar la siguiente información:

- 1. Asiento 53624 "La fecha en que se firmó el asiento 53624 es: del 08-04-2021 a las 10:06:59 p.m. "favor enviar el asiento en donde se pueda observar estar firmas y la hora indicada.*
- 2. Asiento 57870 "es que el compañero está laborando actualmente en el Departamento de Talento Humano y había ayudado con ese día por la cantidad de facturas y pagos que se debían revisar y mayorizar." dicho asiento fue firmado por la compañera Isela el 25 de noviembre de 2021, sin embargo; la firma de Autorizado tampoco aparece la fecha y hora, favor suministra el asiento en donde se pueda apreciar los conceptos faltantes”*

Mediante correo del 01 de diciembre del 2021, fue suministrada la siguiente información:

Asiento 57870

**JUNTA DE PROTECCION SOCIAL**
SISTEMA DE CONTABILIDAD GENERAL
Comprobante de Diario 

Empresa:	1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL	Periodo:	2021	Número:	57870
Sistema:	0302 - Sistema Proveeduría. - Cuentas por Pagar.	Concepto:	2106 - Cuentas por Pagar		
Tipo:	Automático				
Fecha Contable:	29/03/2021	Area Contable:	Sección Contable.		
Descripción:	*Asiento por Pago N/A:00718 por concepto de: Cuentas por Pagar				

Código		Débitos	Créditos
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestación de se	366,300.00	
1.1.1.01.02.02.2.10	Cuenta 10000075401000183 BCCR		366,300.00
Totales:		366,300.00	366,300.00

Detalle: 2020CD-000084-0015600001. Contratación de animador-presentador contrato entrega según demanda. No se importa OC 23609 por corresponder a periodo 2020 Aprobado en GICOP por Mercadeo etc

Rosa Isele Calvo Gutierrez (FIRMA)	Firmado digitalmente por ROSA ISELA CALVO GUTIERREZ (FIRMA) Fecha: 2021.11.25 08:18:17 -06'00'	Arlene Williams Barnett (FIRMA)	Arlene Williams Barnett (FIRMA) 2021.11.25 13:24:32 -06'00'
------------------------------------	--	---------------------------------	---

Preparado por: _____ Autorizado por: _____



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

En el cual se observan las firmas tanto de “Preparado” como de “Autorizado” de acuerdo con los lineamientos de las firmas digitales, ambos del 25 de noviembre del 2021, importante destacar que es un asiento del 20 de marzo del 2021.

Asiento 53624

Firmado y todas las firmas son válidas. El documento se actualizó después de firmar. Abra el Panel de firma para mostrar el historial de cambios del documento. Panel de firma

Periodo: 2021 **Número:** 53624 **Concepto:** 2106 - Cuentas por Pagar
Empresa: 1 - JUNTA DE PROTECCION SOCIAL
Sistema: 0302 - Sistema Proveduría. - Cuentas por Pagar. **Fecha Contable:** 26/03/2021
Tipo: Automático **Area Contable:** Sección Contable.
Descripción: Por factura: 10000000080 del proveedor: 110330303 ,nombre: ARIE GARCIA HERRA
Detalle: 2020CD-000094-0015600001. Contratación de animador-presentador contrato entrega según demanda. No se importa OC 23809 por corresponder a periodo 2020 Aprobado en SICOP por Mercadeo dic

Código		Débitos	Créditos
5.1.2.03.02	Publicidad y propaganda	372,900.00	
2.1.1.01.01.01	Deudas comerciales por adquisición de materiales y suministros para consumo y prestación de se		366,300.00
2.1.1.03.02.01.9.01	Retención proveedores 2%		6,600.00
Totales del Asiento: 53624 del Periodo: 2021		372,900.00	372,900.00

Se procedió a validar las firmas, con el objetivo de verificar si cumplen con lo estipulado en la Circular JPS-GG-GAF-SA-AC-32-2021, sobre implementación de Abode Reader DC de fecha ‘2 de julio del 2021, observando que la firma del “Autorizado” es hasta el 24 de noviembre del 2021:

Propiedades de la firma

La firma es VÁLIDA, firmada por CALEB FERNANDO HERRERA CASTILLO (FIRMA).
Hora de firma: 2021/04/08 10:26:59 -06'00'
Origen de los elementos de confianza obtenidos de almacén de certificados de confianza de Windows.

Resumen de validez

La revisión del documento cubierta por esta firma no se ha modificado. Sin embargo, se han efectuado cambios posteriores en este documento.

El certificador especificó que se permite rellenar el formulario y firmar y comentar el documento, pero no realizar ningún otro cambio.

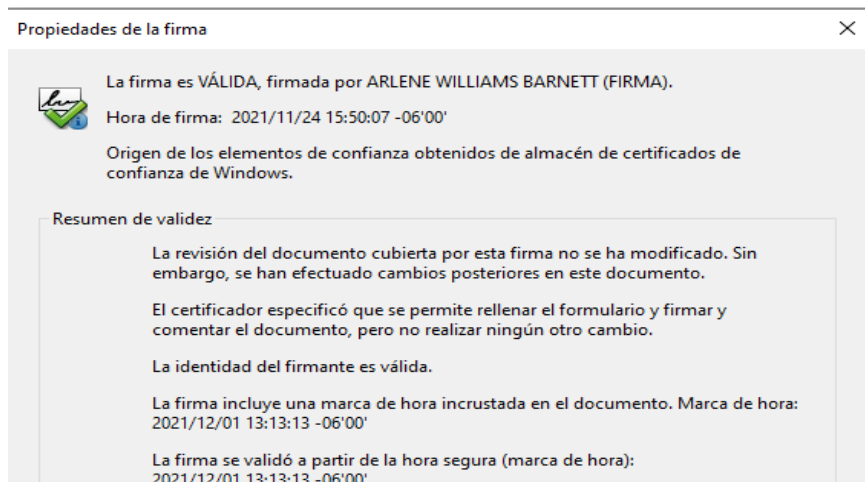
La identidad del firmante es válida.

La firma incluye una marca de hora incrustada. Marca de hora: 2021/04/08 10:27:03 -06'00'

La firma se validó a partir de la hora segura (marca de hora): 2021/04/08 10:27:03 -06'00'



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021



A raíz de lo expuesto anteriormente se estaría incumpliendo con lo señalado en el artículo N° 8, inciso b), de la Ley General de Control Interno N° 8292 transcrito en el punto 2.4 del presente informe.

Así también lo dispuesto en las Normas de Control Interno para el Sector Público, especialmente lo establecido en los numerales 4.4, 4.4.1 y 4.4.3, que indican:

Normas de Control Interno para el Sector Público

“4.4 Exigencia de confiabilidad y oportunidad de la información

El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben diseñar, adoptar, evaluar y perfeccionar las actividades de control pertinentes a fin de asegurar razonablemente que se recopile, procese, mantenga y custodie información de calidad sobre el funcionamiento del SCI y sobre el desempeño institucional, así como que esa información se comunique con la prontitud requerida a las instancias internas y externas respectivas. Lo anterior, tomando en cuenta, fundamentalmente, el bloque de legalidad, la naturaleza de sus operaciones y los riesgos relevantes a los cuales puedan verse expuestas, así como los requisitos indicados en la norma 4.2.

Las subnormas que se incluyen a continuación no constituyen un conjunto completo de las actividades de control que deba ser observado por la totalidad de las instituciones del sector público con ese propósito; por consiguiente,



corresponde a los jefes y titulares subordinados determinar su pertinencia en cada caso y establecer las demás actividades que sean requeridas.

4.4.1 Documentación y registro de la gestión institucional

El jefe y los titulares subordinados, según sus competencias, deben establecer las medidas pertinentes para que los actos de la gestión institucional, sus resultados y otros eventos relevantes, se registren y documenten en el lapso adecuado y conveniente, y se garanticen razonablemente la confidencialidad y el acceso a la información pública, según corresponda.

4.4.3 Registros contables y presupuestarios

El jefe y los titulares subordinados, según sus competencias, deben emprender las medidas pertinentes para asegurar que se establezcan y se mantengan actualizados registros contables y presupuestarios que brinden un conocimiento razonable y confiable de las disponibilidades de recursos, las obligaciones adquiridas por la institución, y las transacciones y eventos realizados.

Así como las Normas de Control Interno para el Sector Público N° 5.6, 5.6.1, 5.6.2. y 5.6.3; que se transcribieron en el punto 2.4 del presente informe.

3. CONCLUSIONES.

Producto del estudio realizado, se logra determinar mediante la valoración de los diferentes procedimientos aplicados por la Auditoría Interna, que existen oportunidades de mejora en el sistema de control interno que requieren ser subsanadas en forma oportuna.

En términos generales, se atendió el objetivo pretendido de realizar una serie de pruebas de Auditoría tendientes al análisis de la “**PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, PATROCINIOS E IMAGEN INSTITUCIONAL**”, cuyo objetivo general fue analizar los criterios que se tienen en la Institución para las erogaciones en materia de publicidad y propaganda, la evaluación de los resultados que se realizan y valorar que el tratamiento contable y presupuestario de los gastos de publicidad y propaganda sea acorde con la normativa y técnica aplicable.



Además, el proceso muestral que se realizó en el presente estudio, permitió detectar algunas posibilidades de mejora en controles internos sobre la validación y revisión de las condiciones generales relacionados con la contratación realizada durante el periodo 2020, de la Publicidad, Promoción, Patrocinios e Imagen Institucional, la documentación que respaldara la validación y revisión de las condiciones de las contrataciones para llevar a cabo la pauta social, las bonificaciones, la información presentada a nivel del presupuesto modificado y ejecutado, seguimiento oportuno del comportamiento de las ejecuciones presupuestarias y liquidación presupuestaria, el cumplimiento de la normativa en cuanto a la calidad y oportunidad de la información en los registros contables, conciliaciones y ajustes de las subpartida de Publicidad y Propaganda.

Así como, el cumplimiento de recomendaciones de informes anteriores relacionadas con temas valorados en el presente estudio, tales como: Manuales de Procedimientos a nivel institucional, el comportamiento de la calidad de la información que respalda los informes de Liquidación Presupuestaria, Ejecución Presupuestaria, Variaciones al Presupuesto (Modificaciones o Traslados), Estados Financieros, realización de ajustes de forma oportuna, entre otros.

Corresponde, por tanto, que el jerarca y los titulares subordinados atiendan su responsabilidad de establecer, mantener, perfeccionar y evaluar el sistema de control interno institucional, y garantizar su efectivo funcionamiento.

Por lo señalado, constituye una responsabilidad de la Administración Activa tomar las acciones correspondientes para que se subsanen las situaciones detalladas en el presente estudio.

4. RECOMENDACIONES.

De conformidad con las competencias asignadas en los artículos N°s. 22, inciso b) y 35 de la Ley General de Control Interno N° 8292, se emiten las siguientes recomendaciones a los titulares subordinados que tienen el deber de analizarlas y ordenar su implantación en el periodo previsto en el artículo N° 36 de la ley indicada.



Si la Administración Activa presenta discrepancias con lo recomendado, se debe aplicar lo dispuesto en los artículos N°s. 36, 37 y 38 de la Ley N° 8292.

4.1 Departamento de Mercadeo

- 4.1.1 Proceder a documentar formalmente las evaluaciones de los resultados de la inversión realizada en publicidad. Dichas evaluaciones podrían contener al menos los puntos o estrategias analizadas y las decisiones tomadas con el fin de que sirvan de control y seguimiento futuro. (Punto 2.1.1 de resultados del estudio).
- 4.1.2 Contar con lineamientos y criterios para establecer y efectuar la inversión en publicidad y promociones, así como, las bases para destinar dicha publicidad y promociones entre cada uno de los tipos de lotería y luego entre cada sorteo o juego. (Punto 2.1.1 de resultados del estudio).
- 4.1.3 Proceder a establecer los controles que brinden el respaldo suficiente del cumplimiento de los lineamientos en materia de publicidad. (Punto 2.1.1)
- 4.1.4 Analizar y ampliar la redacción establecida para la medida seleccionada en el riesgo: “21-GPC-MER-2020” detallado en el informe de AESCI y VRI 2020, aprobado mediante el acuerdo JD-230, Capítulo VII), artículo 10) de la sesión ordinaria 23-2021, celebrada el 19 de abril de 2021, con el fin de que, si se decide mantener éste en valoraciones de riesgo futuras, el mismo esté alineado con las responsabilidades establecidas en el Reglamento Orgánico (Punto 2.3 de resultados del estudio).
- 4.1.5 En relación a los compromisos presupuestarios pendientes de fechas que datan desde el año 2018, 2019 y 2020:
- Efectúe un análisis de cada uno de los compromisos que se tienen pendientes desde el año 2018 a la fecha, con la finalidad de contar con los elementos necesarios y establecer si procede o no procede los giros correspondientes a los proveedores.
 - Proceda a llevar un control sobre los compromisos que se generan año con año, con el fin de no tener órdenes de compra de periodos tan antiguos y este



no desbalance las proyecciones presupuestarias del ejercicio económico siguiente. (Punto 2.6 de resultados del estudio).

4.1.6 En torno a la Clasificación por Objeto del Gasto de las contrataciones del Animador y Trasmisión de Sorteos.

Se coordine con el Departamento Contable Presupuestario la correcta clasificación presupuestaria de las contrataciones sobre:

- a. Animador-Presentador subpartida 1.04.99 “*Otros Servicios de Gestión y Apoyo*”.
- b. Transmisión de Sorteos subpartida 1.03.01 “*Información*”.
- c. Así como; cualquier otra clasificación presupuestaria empleada, esto con el fin de que dichas erogaciones se ejecuten de acuerdo con la normativa que nos rige en materia presupuestaria. (Punto 2.9 de resultados del estudio).

4.1.7 Se determine a nivel institucional cuales gastos en materia de publicidad de las loterías electrónicas, pueden ser trasladados a la empresa contratada para su comercialización (Punto 2.5 de resultados del estudio).

4.2 Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas

4.2.1 Tomar las medidas que correspondan para:

- a) Que, en coordinación con el Departamento de Mercadeo, se cumpla con el lineamiento en materia de publicidad referente a que “*Se deberán desarrollar diversas campañas educativas con corte social que permitan mantener los canales de comunicación con los dos grupos de mayor consumo (vendedores y compradores)*” o proponer los ajustes que correspondan al mismo (Punto 2.1.1 de resultados del estudio).
- b) Analizar si los Criterios de Admisibilidad de patrocinios requieren ser modificados a efectos de que:



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

- b.1) Se determine lo que corresponda con la carta u oficio que debe presentar el solicitante del Patrocinio, dado que este aporta la solicitud formal por escrito, la cual es firmada por el responsable legal.
- b.2) Se incluya un control formal referente a que se valide que los servicios o beneficios que suministran los solicitantes del patrocinio sean razonables en cuanto a su cuantía. (Punto 2.1.2.2 de resultados del estudio).
- b.3) Se incorpore un punto de control formal donde previo a una autorización de Patrocinios, se debe verificar que existan recursos presupuestarios disponibles, así como incluir dentro de los Criterios de Admisibilidad, el ítem de verificación de los citados recursos. (Punto 2.5 de resultados del estudio)
- b.4) Someter los cambios, ajustes o actualizaciones a la aprobación de la instancia correspondiente.
- 4.2.2 Proceda a documentar la verificación realizada sobre el cumplimiento, los requisitos *“indispensables”* o *“mínimos”* contenidos en los criterios de admisibilidad, que no tienen puntaje, similar a la información contenida en la solicitud de patrocinio, así como cada uno de los ítems e incisos que si tienen puntuación, con el fin de proporcionar una seguridad razonable sobre el seguimiento y cumplimiento de cada uno de los ítems descritos en los *“Criterios de Admisibilidad de Patrocinios-JPS”* aprobados por la Junta Directiva mediante el acuerdo JD-090, Capítulo IV), artículo 18) de la Sesión Extraordinaria 11-2021 celebrada el 18 de febrero de 2021 .(Punto 2.1.2.2 de resultados del estudio).
- 4.2.3 Actualizar la base de datos con que se cuenta de los patrocinios otorgados, a efectos de que se utilice al momento de brindar el puntaje de frecuencia de los patrocinios en las diferentes solicitudes que recibe la institución. (Punto 2.1.2.2 de resultados del estudio).
- 4.2.4 Incorporar dentro de la Solicitud de Patrocinio el acuerdo de Junta Directiva vigente (Acuerdo JD-090, Capítulo IV), artículo 18) de la Sesión Extraordinaria 11-2021 celebrada el 18 de febrero de 2021), dado que se menciona solamente



el acuerdo anterior de Junta Directiva 142, Acta 10-2015 de la Sesión Ordinaria del 17 de marzo de 2015. (Punto 2.1.2.2 de resultados del estudio).

4.2.5 Proceda con los trámites de aprobación por parte de la instancia competente del documento “*Democratización de la pauta publicitaria*”, con las actualizaciones que considere pertinentes, esto con el fin de contar con la documentación oficializada para el manejo de la pauta social de la Institución. (Punto 2.1.2.3 de resultados del estudio).

4.2.6 Como parte de las mejoras de control interno a implementar, con respecto a la recepción de las facturas es relevante que se cuente con los controles internos necesarios para la validación de los servicios brindados por los medios, en donde antes de girar las autorizaciones de pago se cuente con la información que indica el cartel, tales como; las certificaciones sobre los servicios pautados, las respectivas bonificaciones con sus respaldos, entre otros, de forma tal que la administración cuente con la información pertinente, veraz y confiable, antes de efectuar los giros. (Punto 2.1.2.4 de resultados del estudio).

4.3 Departamento Contable-Presupuestario

4.3.1 Tomar las medidas que correspondan para:

Archivo Centralizado:

- a) Se cuente con un archivo centralizado de los asientos contables con el soporte respectivo (por mes, por día y por proceso), con el fin de que una vez que el contador realice el asiento contable, obtenga y verifique los documentos soporte y se proceda a incluirlos en el archivo digital centralizado.
- b) Que todos los contadores cuenten con la firma digital, en virtud de cumplir con las directrices emanadas por la institución en cuanto a las firmas de los documentos.
- c) Contar con los equipos que sean necesarios y aptos para utilizar la firma digital. (Punto 2. 8.1 de resultados del estudio).



4.3.2 En relación al registro no oportuno de los ajustes determinados en las conciliaciones entre Presupuesto y Contabilidad:

Una vez determinadas las diferencias en las conciliaciones entre los Sistemas de Presupuesto y Contabilidad:

- a) Proceda en forma oportuna, a efectuar los registros correspondientes de corresponder a situaciones del Sistema de Presupuesto, con el fin de que los saldos mostrados en los informes de ejecución sean razonables para la debida toma de decisiones a nivel Superior o de las Unidades Administrativas. (Punto 2.8.2 de resultados del estudio).
- b) Proceda en forma oportuna a efectuar los seguimientos y registros correspondientes de corresponder a situaciones de los Sistemas de Contabilidad, Costos o Bienes Patrimoniales, con el fin de que los saldos mostrados en los Estados Financieros sean razonables para la debida toma de decisiones a nivel Superior. (Punto 2.8.2 de resultados del estudio).

4.4 Gerencia Administrativa Financiera

Se giren las instrucciones al Departamento Contable Presupuestario y que dicha dependencia realice lo siguiente:

4.4.1 Con respecto a las diferencias presentadas en la información de la Liquidación Presupuestaria 2020, en cuanto al detalle de Información, Publicidad y Propaganda, se:

- a) Proceda con una debida segregación de los datos de Información, Publicidad y Propaganda en los cuadros de la Liquidación Presupuestaria, en especial el cuadro llamado "Detalle de Información, Publicidad y Propaganda".
- b) Se asegure que las cifras contenidas en los detalles que forman parte de los respaldos de la Liquidación Presupuestaria, sea información, veraz y confiable.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

Esto con el fin de que los mismos cuenten con la información actualizada para el uso de los lectores internos o externos (Punto 2.4 de resultados del estudio).”

4.4.2 En torno a la Clasificación por Objeto del Gasto de las contrataciones del Animador y Trasmisión de Sorteos:

- a) Al momento de efectuar la formulación y las aprobaciones presupuestarias se lleve a cabo una revisión más exhaustiva sobre las clasificaciones por el Objeto del Gasto que incorporan las Unidades Administrativas a los diferentes trámites de contratación que llevan a cabo, esto con el fin de cumplir con la normativa que en materia presupuestaria nos rige.
- b) De tener inquietudes proceder a realizar las consultas a la Comisión de Clasificadores Presupuestarios, mediante los mecanismos que estos han puesto a disposición de las instituciones. (Puntos 2.9 y 2.10 de resultados del estudio).



6. OBSERVACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN.

La comunicación de resultados del presente informe se realizó mediante la plataforma Teams el día 15 de diciembre de 2021 al ser las 2:30 p.m. a los funcionarios Olman Brenes Brenes Gerente Administrativo Financiero, Francisco Javier Castro Loaiza y Arlene Williams Barnet del Departamento Contable Presupuestario, quienes si realizan observaciones al informe, y el día 16 de diciembre de 2021 al ser las 9:00 a.m. a las funcionarias Karen Gómez Granados Jefe a.i. del Departamento de Mercadeo, Elizabeth Badilla Calderón y Heidy Arias Ovares de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, quienes no realizan observaciones al estudio.

Las observaciones realizadas fueron las siguientes, sobre las cuales esta Auditoría no ve problema en aplicarlas:

1. La Administración Activa propone ampliar la recomendación N° 4.3.1 a) y b), de forma que vaya dirigida a la Gerencia Administrativa Financiera y que a la misma le corresponda girar las instrucciones al Departamento Contable Presupuestario.

La redacción original es la siguiente, y su numeración cambia a 4.4.1:

“4.3.1 Respecto a las diferencias presentadas en la información de la Liquidación Presupuestaria 2020, en cuanto al detalle de Información, Publicidad y Propaganda, se recomienda:

- c) Proceda con una debida segregación de los datos de Información, Publicidad y Propaganda en los cuadros de la Liquidación Presupuestaria, en especial el cuadro llamado “Detalle de Información, Publicidad y Propaganda”.*
- d) Se asegure que las cifras contenidas en los detalles que forman parte de los respaldos de la Liquidación Presupuestaria, sea información, veraz y confiable.*

Esto con el fin de que los mismos cuenten con la información actualizada para el uso de los lectores internos o externos (Punto 2.4 de resultados del estudio).”



2. La Administración Activa sugiere modificar la palabra “los correctos” de la recomendación 4.3.3 por la palabra “razonables”.

La redacción original es la siguiente, y su numeración cambia a 4.3.2:

“4.3.3 En relación al registro no oportuno de los ajustes determinados en las conciliaciones entre Presupuesto y Contabilidad:

Una vez determinadas las diferencias en las conciliaciones entre los Sistemas de Presupuesto y Contabilidad:

- a) *Proceda en forma oportuna, a efectuar los registros correspondientes de corresponder a situaciones del Sistema de Presupuesto, con el fin de que los saldos mostrados en los informes de ejecución sean los correctos para la debida toma de decisiones a nivel Superior o de las Unidades Administrativas. (Punto 2.8.2 de resultados del estudio).*
- b) *Proceda en forma oportuna a efectuar los seguimientos y registros correspondientes de corresponder a situaciones de los Sistemas de Contabilidad, Costos o Bienes Patrimoniales, con el fin de que los saldos mostrados en los Estados Financieros sean los correctos para la debida toma de decisiones a nivel Superior. (Punto 2.8.2 de resultados del estudio).”*

Con este cambio la recomendación inicialmente numerada como 4.3.2 pasa a numerarse 4.3.1.

3. La Administración Activa propone ampliar la recomendación N° 4.3.4 a) y b), de forma que vaya dirigida a la Gerencia Administrativa Financiera y que a la misma le corresponda girar las instrucciones al Departamento Contable Presupuestario, así como, que se agregue la palabra “la formulación” en el inciso a).

La redacción original es la siguiente, y su numeración cambia a 4.4.2:

“4.3.4 En torno a la Clasificación por Objeto del Gasto de las contrataciones del Animador y Trasmisión de Sorteos



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

- c) *Al momento de efectuar las aprobaciones presupuestarias se lleve a cabo una revisión más exhaustiva sobre las clasificaciones por el Objeto del Gasto que incorporan las Unidades Administrativas a los diferentes trámites de contratación que llevan a cabo, esto con el fin de cumplir con la normativa que en materia presupuestaria nos rige.*
- d) *De tener inquietudes proceder a realizar las consultas a la Comisión de Clasificadores Presupuestarios, mediante los mecanismos que estos han puesto a disposición de las instituciones. (Puntos 2.9 y 2.10 de resultados del estudio)."*

Realizado por:
Mariela Sedó Flores
Profesional II

Realizado por:
Jacqueline Rojas Chacón
Profesional II

Revisado por:
José Luis Hernández Garro
**Encargado Area Financiera
Contable**

Aprobado por:
Doris Chen Cheang
Auditora Interna



6. ANEXOS

Anexo No.1 Bonificaciones Pauta Social 2020

1. Prensa Escrita

#	Medio	Monto contratado	Presentó Bonificación		Tipo de "Bonificación" y soporte	Observaciones Auditoría
			Sí	No		
1	Adriana Amador Aguiluz (Santa Ana Hoy)	1.186.500,00	X		Publicaciones en Redes Sociales y Medias Páginas 	Las publicaciones no indican el año, sin embargo, por el tipo de sorteo de las imágenes se logra identificar que corresponde al Gordo Navideño del año 2020.





				<p>Periódico Santa Ana Hoy 31 de octubre · 🌐</p> <p>¡Ganate la lotería otra vez! 🏠👑💰👑</p> <p>Participá de los sorteos especiales de la Junta de Protección Social.</p> <p>Gordo Navideño ¡GANATE LA LOTERÍA OTRA VEZ!</p> <p>ACTIVE 2 FRACCIONES DEL SORTEO NO. 4625 EN LA APP JPS A SU ALCANCE</p> <p>PRIMER SORTEO 07 DE NOVIEMBRE</p> <p>50 premios de ₡1.000.000 50 premios de ₡500.000 100 premios de ₡250.000</p> <p>FECHAS DE ACTIVACIÓN PARA ESTE SORTEO: 31 DE OCTUBRE A LAS 9 AM AL 07 DE NOVIEMBRE A LAS 4 PM</p>	
--	--	--	--	---	--

				<p>Periódico Santa Ana Hoy Ayer a las 7:57 p. m. · 🌐</p> <p>🌟 Si no ha comprado su número para el Gordo Navideño, aún le quedan unos días para probar su suerte y participar en el sorteo que se realizará este domingo 13 de diciembre.</p> <p>👤 📱 📄</p> <p>Les compartimos esta información sobre los billetes de lotería, todas estas medidas les garantizan que so... Ver más</p> <p>MEDIDAS DE SEGURIDAD EN LA LOTERÍA PARA CONOCIMIENTO PÚBLICO</p> <ol style="list-style-type: none"> DISEÑOS EXCLUSIVOS TINTA DE SEGURIDAD TERCIOCROMÁTICA TRAMA DE SEGURIDAD NUMERACIÓN EXCLUSIVA CÓDIGO DATA MATRIX PUNTOS Y FIBRILLAS DE SEGURIDAD PRECIO OFICIAL TINTA INVISIBLE DE SEGURIDAD MARCA DE AGUA <p>COMPRE A VENDEDORES AUTORIZADOS La Junta de Protección Social ha suministrado a todos los vendedores autorizados un canal que contiene su nombre, fotografía y el logotipo de la JPS. Cuando vaya a comprar lotería busque a los vendedores que están debidamente identificados, garantizando de esta manera su compra.</p> <p>Haga sus denuncias 800-Lotería (800-5683-742) / 2258-4474 / jpsas@jps.go.cr En Contraloría de Servicios a los Telefonos 2522-2008 / 2522-2009 / 2522-2010 En el grupo cerrado de Facebook de la Junta de Protección Social</p>	
--	--	--	--	--	--


2	Betania Artavia Ugalde (Heredia Hoy)	1.186.500,00	X		<p>Noticias web Agosto https://issuu.com/marvin151163/docs/herediahoy-agosto_2020-2-?fbclid=IwAR2FN_XVNOHiM8OvxKaGBZ6fj0mvSqxcj0rgz41qBzB9Kks06mrpNefQVYQ</p>	

				<p>Setiembre https://issuu.com/marvin151163/docs/herediahoy-setiembre_2020</p>	
3	Grupo SVC Capitales S.A (La Voz de la Pampa)	791.000,00	X	Edición 293 de la Voz de la Pampa, Pagada completa. Noticia Web	

4	Periódico El Mensaje S.A.	1.186.500,00	X		<p>Se hicieron publicaciones de Banner en Secciones Sociales, los meses de:</p> <p>mayo,</p> <p>Junio</p> <p>, julio</p> <p>y diciembre</p>	Llama la atención que mediante nota del 11 de noviembre de 2021 el medio certifica la realización de las bonificaciones

					 JPS- bonificaciones 2020.doc	
5	Hilda Umaña Abarca (Escazú)	1.186.500,00	X		Noticias en el periódico, bonifica meda página 	
6	Grupo BC & M S.A (Hoy en Positivo)	1.186.500,00	X		Sitios de redes sociales como en el web y Programa de T.V.	Llama la atención que se adjunta un ejemplo de publicación de Redes Sociales en donde no se especifica la fecha de la publicación.

					<p>Noticia Web</p>	<p>Llama la atención que se adjunta un ejemplo de publicación de Redes Sociales en donde no se especifica la fecha de la publicación.</p>
7	3101642748 S.A.(Periódico el Higuero)	1.186.500,00	X			
8	Laura Mc Quiddy Gómez	1.186.500,00	X		Links:	

					<p>Herediana invertirá premio de lotería navideña en su carrera universitaria https://velero.cr/2020/12/herediana-invertira-premio-de-loteria-navidena-en-su-carrera-universitaria/</p> 	
9	Green Ingrid Alvarado Fatjó Solo una factura declino segundo mes.	791.000,00	X		Nota de entrevista en la revista	Llama la atención que se adjunta un ejemplo de la entrevista donde no se aprecia la fecha de la publicación.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

10	Flora Patricia Cubas Chaves	791.000,00	X		Noticias en web FaceBook	Esta información fue certificada por el medio hasta el 11 de noviembre de 2021



11	Patricia Salas Cárdenas (Línea Vieja)	678.000,00	X		<p>Nota en web</p> <p>Bonificación Línea Vieja 2020.pdf</p>	Esta información fue certificada por el medio hasta el 10 de noviembre de 2021



					<p>PATRICIA SALAS CARDENAS (FIRMA)</p> <p>Firmado digitalmente por PATRICIA SALAS CARDENAS (FIRMA) Fecha: 2021.11.10 13:55:17 -06'00'</p>
12	Luis Fernando Rojas Gómez (El Coronadeño)	1.186.500,00	X		



					<p>Periódico El Comandante Hoy Publicado por Marina Rojas Méndez · 4 de abril de 2021 ·</p> <h3>COMUNICADO</h3> <h4>HORARIO SORTEOS DE LOTERÍA ELECTRÓNICA</h4> <p>Del sábado 04 de abril al miércoles 08 de abril, 2020 los Nuevos Tiempos Reventados y 3 Monazos se realizarán a las 5:30 p.m.</p> <p>Las apuestas se mantienen igual para el sorteo mediodía hasta las 12:40 p.m. y para el sorteo noche serán hasta las 5:15 p.m.</p> <p>Ambos sorteos se realizarán uno después del otro a las 5:30 p.m.</p> <p>Lotto y Lotto Revancha los sorteos se realizarán el sábado 04 de abril y el miércoles 08 de abril, 2020 a las 5:30 p.m., las apuestas cierran a las 5:15 p.m.</p> <p>Junta de Protección Social (Oficial) 30 de abril de 2021 · (Página importante) La Junta de Protección Social avisa a los jugadores de Lotería Electrónica los horarios de los sorteos a partir del sábado 04 de abril al miércoles 08 de abril, así como los horarios de sus apuestas.</p> <p>1,286 Personas alcanzadas · 68 Interacciones · Puntuación de distribución · Promoción no disponible</p>	
--	--	--	--	--	---	--




13	Camilo Rodríguez Chaverri (El Guapileño)	1.186.500,00	X		<p>Medias páginas, Noticia web</p> <p>Bonificaciones JPS 2020.doc</p>	Esta información fue certificada por el medio hasta el 10 de noviembre de 2021

--	--	--	--	--	--	--



14	Creaciones periodísticas Beny S.A (Periodico Anexión)	791.000,00	X			Media página	


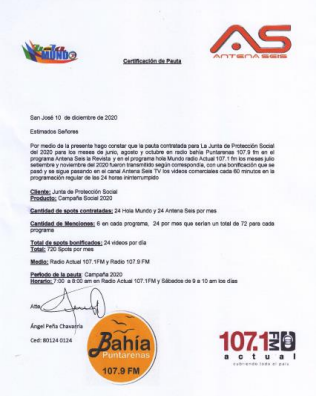
15	HL BROTHERS COMUNICARE S.A (Sol de Occidente)	1.186.500,00	X		<p>Noticias web</p> <p>EL SOL DE OCCIDENTE REGISTR</p>	El Pdf tiene fecha de creación del 12 de noviembre del 2021

16	Franklin Arguedas Pizarro (El Desamparado)	678.000,00	X		<p>Página completa</p> 	
17	Miguel Muñoz Navarro	678.000,00	X		<p>Nota web</p>	

					<p>Lunes, 06 Abril 2020 21:09</p> <p>JPS hace primer depósito del subsidio-ayuda por efecto COVID-19 a vendedores de lotería</p> <p>Escrito por Periódico Guanacaste a la Altura</p> <p>Valora este artículo ☆☆☆☆☆ (0 votos)</p> <p>tamaño de la fuente 🔍 Imprimir Email</p>	
18	Periódico Mi Tierra Limitada	1.017.000,00	X		<p>Reporte Mensual de Bonificaciones 20</p>	El Reporte con las evidencias de las bonificaciones tiene fecha del 10 de noviembre del 2021






					<p>➔ POSTEOS EN FACEBOOK</p> <p>Perfil Periódico MI Tierra</p> <p>ABRIL</p> <p>Media página</p>	
19	Efraín Sánchez Rojas (Periódico Estrella del Sur)	1.017.000,00	X			

2. Radio

#	Medio	Monto contratado	Presentó Bonificación		Especificar tipo de "Bonificación" y adjuntar el soporte	Observaciones Auditoría
			Sí	No		
1	Ángel Peña Chavarría (Antena 6)	2.400.000,00	X		<p>Cuñas</p>  <p>Para el programa Antena Seis la Revisión</p> 	Esta información fue certificada por el medio hasta el 10 de noviembre de 2021
2	Norval Calvo Chacón	1.356.000,00	X		Mención y cuñas	






Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					 Regresa la Lotería Nacional.mp3	
3	Razón social 3-102-783635 SRL	791.000,00	X		Cuñas  MONITOREO JPS 2 30 PM.mp3  <small> Montón Comercial Radio Nova 105.5 FM RADIO PAMPA, S.A. 01 junio 2021 Estimadas Señoras UNIDAD DE COMUNICACIÓN Y RRPP Por medio de la presente hago constar que la cuota contratada por la JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL, campaña INSTITUCIONAL 2020 correspondiente a los meses de abril y mayo 2020 se entregó en Radio Pampa para un total de 30 cuñas de 30" notificadas distribuidas 15 cuñas en abril y 15 cuñas en mayo.  Alejandra Guzmán Publicidad Comunicadora de RRCC, Teléfono 0705-8000 </small>	
4	Radio Pampa S.A	1.186.500,00	X		Cuñas  Monitoreo setiembre RADIO PAMPA.mp3	






Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					 <p>RADIO PANGO LA VEGA AL LIBERIA - STA. CRUZ, NICUA</p> <p>www.radiopango.net</p> <p>30 de noviembre 2020</p> <p>Estimados Señores</p> <p>UNIDAD DE COMUNICACIÓN Y RRRP</p> <p>Por medio de la presente hago constar que la pauta contratada por la JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL, campaña INSTITUCIONAL 2020 correspondiente a los meses de junio, julio y noviembre 2020 se transmitió en Radio Pango para un total de 30 cuñas de 30 segundos distribuidas 10 cuñas en junio, 10 cuñas en julio y 10 cuñas en noviembre.</p> <p>Sin otro particular me suscribo.</p> <p><i>Alejandra Guzmán</i></p>	
5	Diócesis de Tilarán (Radio Chorotega)	1.186.500,00	X		<p>Cuñas y noticias web</p> <p></p> <p>JPS FINALES DE SET.mp3</p>  <p>TEMPORALIDADES DIOCESIS DE TILARAN 3-010-045304</p> <p>30 de noviembre 2020</p> <p>Estimados Señores</p> <p>UNIDAD DE COMUNICACIÓN Y RRRP</p> <p>Por medio de la presente hago constar que la pauta contratada por la JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL, campaña INSTITUCIONAL 2020 correspondiente a los meses de junio, septiembre y noviembre 2020 se transmitió en Radio Chorotega, para un total de 30 cuñas de 30" bonificadas distribuidas 10 cuñas en junio, 10 cuñas en septiembre y 10 cuñas en noviembre.</p> <p>Sin otro particular me suscribo.</p> <p><i>Alejandra Guzmán</i></p> <p>Alejandra Guzmán Publicidad Comercializadora de RADIO Tel: 8705 8600</p>	
6	Felipe Castro Arguedas (Radio Rock and Rol)	1.186.500,00	X		<p>Cuñas</p>	Esta información fue certificada por el medio



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021


					 Felipe Mauricio Castro Arguedas.do	hasta el 10 de noviembre de 2021
7	Mauricio Carvajal Aguilar (MDT Noticias)	1.356.000,00	X		Cuñas y notas web  JPS- Resumen MDT Noticias año-2020.ç  MARTES 18 DE AGOSTO 2020.mp3	La certificación de las bonificacione s del 2020, tienen fecha del 10 de noviembre del 2021



8	Ruth Torres Montero	1.017.000,00	X		<p>Cuñas y noticias web</p> <p>REPORTE DE PAUTA JPS PERIODO 2020 -</p>	
9	Jaime A. Peña Sobalvarro (Radio Columbia)	904.000,00	X		Cuñas	








Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					<p>De: Erick Chacon <echacon@grupocolumbia.co.cr> Fecha: 8 de junio de 2020, 13:27:17 GMT-6 Para: jaimepena@ice.co.cr Asunto: RE: Horarios 6 y 7 de Junio.</p> <p>08:00:33 AUF1 \\Cabina1\PROGRAMAS\023 am 8.00 Sabado y domingo JAIME PEÑA\TIEMPOS DE CAMBIO\Tiempos de cambio NEW .mp3 08:01:42 AUF1 \\Cabina1\PROGRAMAS\023 am 8.00 Sabado y domingo JAIME PEÑA\TIEMPOS DE CAMBIO\Tiempos de cambio NEW .mp3 08:02:51 AUF1 \\Cabina1\PROGRAMAS\023 am 8.00 Sabado y domingo JAIME PEÑA\TIEMPOS DE CAMBIO\Tiempos de cambio NEW .mp3 08:14:06 SPOT 042 MUNICIPALIDAD SAN JOSE - 042 MUNICIPALIDAD SAN JOSE</p>	
10	Walter Rodríguez Campos	1.186.500,00	X		<p>Cuñas</p>  <p>Bonificaciones.docx</p>	Se adjuntan los linck de varias cuñas en un archivo de Word de fecha 12 de noviembre del 2021.

					<p>Bonificaciones</p> <p>La voz del Pueblo es un programa radial, bonifica, cuñas en los programas.</p> <p>Y bonifica en la página de Facebook</p> <p>Programas de abril La voz del Pueblo</p> <p>Walter Rodríguez</p> <p>https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3745870188821808&id=2303846703359607&fbclid=IwAR1vH...</p> <p>https://www.facebook.com/RadiolaGigante800am/videos/2984330961627935/</p>	
1 1	Tempo. de la Arquidiócesis de San José (Radio Fides)	1.186.500,00	X		<p>Cuñas</p> <p>11 de noviembre del 2021.pdf</p> <p>JPS - 060420_100001.mp3</p>	La certificación del medio, tiene fecha de emisión del 11 de noviembre del 2021.
1 2	Minor Ocampo Chacón (Dos Ángulos de la Noticia)	1.356.000,00	X		<p>Cuñas</p>	La certificación



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					 Certificación JPS (2).docx  Hola el programa Los Dos Ángulos de	del medio, tiene fecha de emisión del 12 de noviembre del 2021.
1 3	Consumidores de Costa Rica S.A	1.582.000,00	X		<p>Noticias web</p>  Evidencia Redes Sociales Gordo Navi  Evidencia de Bonificaciones Cons	<p>En un inicio sólo se envió una certificación de fecha del 10 de diciembre del 2020 de las bonificaciones sólo del Gordo Navideño.</p> <p>La segunda certificación de las bonificaciones del 2020, tienen fecha del 10 de noviembre del 2021</p>
1 4	AM Prensa S.A. (Radio Colosal, noticias colosal informa)	1.186.500,00	X		<p>Noticias web, Cuñas, noticias</p>  9 am 14.4.20.colosal JPS.mp3	Se adjunta sólo el ejemplo de una cuña, lo correspondiente a las noticias web o







Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

						noticias no se evidencia.
1 5	Lia Liseth Ramírez Quirós	1.186.500,00	X		<p>Cuñas y notas web</p> <p>DECLARACIÓN JURADA</p> <p>El suscrito, Lia Liseth Ramírez Quirós, mayor, vecino de Palmares, portador de la cédula de identidad número 109020931 declaro bajo juramento y apercibido de las penas con que se sanciona el delito de falso testimonio, según lo establece el Artículo 316 del Código Penal, que para efectos de control y seguimiento sobre la adjudicación que se me realizó mediante la orden de compra 2020CD-000012-0015600001 Campaña social 2020 de la Junta de Protección Social y dice: Que durante el periodo del 2020, se realizó la publicidad convenidal, espacio publicitario en Radio Costa Rica, en el programa denominado Opine, que se transmite de Lunes a Viernes en el horario de 8 a 9 de la mañana y en el que se transmitió la cantidad de 150 cuñas radiales según mes y 10 bonificadas, por lo que declaro que cumpli con la misma en todos sus extremos.</p> <p>LIA LISETTE RAMIREZ QUIROS (FIRMA) <small>Firmado digitalmente por LIA LISETTE RAMIREZ QUIROS FIRMA Fecha: 2020.12.04 11:47:32 -06'00'</small></p>	
1 6	Oscar Montero Tang	1.186.500,00	X		Cuñas	La certificación del medio no tiene fecha de emisión, sin embargo; el






Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

				 <p>CERTIFICACIÓN PAUTAS DE LA JPS PI</p>  <p>Estudios en Barrio Córdoba de Av. Bolívar 100 sur, 100 este Teléfonos 995-3-910-939 radiocostarica@gmail.com</p> <p>Fax: 2294-1479 * Aparado 894-2100 Coronado * www.radiocr.com</p> <p>San José 01 de <u>Junio</u> del 2.020</p> <p>Licenciada: Hedy Patricia Arias Ovares Asesora de la Presidencia Ejecutiva de la JPS S.O</p> <p>Por este medio Radio Costa Rica hace constar que el señor Oscar Montero Tang es el productor y director del programa "ADELANTE" que se transmite de:</p> <p>Lunes a Jueves de 1:00 a 2:00 PM</p> <p>Desde hace 23 años y 07 meses el señor Montero, ha cumplido a cabalidad con el compromiso, de la Contratación Directa, con la Junta de Protección de por medio de SICOP, Procedimiento #2020CD-000012-0015600001; Número de oferta # 2020CD-000012-0015600001-001-001, y el mes de "Mayo del 2020 cumplió con lo acordado de pasar publicidad, como bonificación" con 60 pautas y 16 bonificadas para un total de 76 pautas por mes.</p> <p>Mucho agradezco se pueda tener el programa ADELANTE dentro de su estrategia de comunicación, estando seguro de que su presupuesto estará bien invertido en un programa ágil, sincero y que fomenta el cambio de actitud para una mejor Costa Rica. San José 01 de junio del 2.020.</p> <p>Gracias por su atención y quedo a sus órdenes</p>  <p>Keith Torres Keith Director de Programación y Mercadeo Radio Costa Rica y Canal 19 Celular 8377-4416</p> 	<p>pdf tiene fecha del 12 de noviembre del 2021</p>
1 7	Blynky Balón / Danilo A. Balmaceda Barahona	1.356.000,00	X	Cuñas	La certificación del medio tiene fecha del 10 de





Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					 CERTIFICACIÓN-PA RA BONIFICACION 1  Blinky 15-04-2020.MP3	noviembre del 2021
18	Opo Marín Oreamuno	1.808.000,00	X		Cuñas Señores Junta de Protección Social Estimados Señores Quiero manifestarles por este medio la cantidad de bonificaciones durante el periodo 2020. Dos meses, noviembre y diciembre, adicional a 3 menciones por día durante toda la campaña. Además, videos y promociones en nuestras plataformas en redes sociales. Les indico que, bajo la fe del juramento, les manifiesto lo indicado. Programa Los Consentidos de Opo Marín, Radio Actual 107.1 fm. Con horario de 3:00 pm a 4:30 pm. De lunes a viernes. Agradeciéndoles profundamente todo el apoyo y confianza. Atentamente Adolfo Marín Oreamuno.	La certificación del medio no tiene fecha de emisión.
19	La Zona Sur Radio ochenta y ocho estéreo	1.186.500,00	X		Cuñas  CERTIFICACIÓN DE PAUTA JPS 2020.pdf	



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					 JPS 9 septiembre A los 2 Mins y 35 segs.mp3	
2 0	Gilda Chacón Brenes (Radio Revista en Bahía Puntarenas.)	791.000,00	X		Noticia Web 	
2 1	Difusora Limonense S.A	1.017.000,00	X		Cuñas, Noticias web	La certificación del medio no tiene fecha de emisión.



					<p>Por este medio la saludo y de la misma manera extendiendo la siguiente cotización por servicio de pauta publicitaria.</p> <p>Transmitimos las 24 horas, y somos la radio de toda la familia. Programamos música Tropical, Latina y Romántica; y gracias a nuestra audiencia somos la emisora número uno en toda la zona Atlántica y más.</p> <table border="1"> <tr><td>Programa</td><td>Programas noticias y programación Regular</td></tr> <tr><td>Medio</td><td>Radio Casino</td></tr> <tr><td>Horario</td><td>A definir</td></tr> <tr><td>Periodo</td><td>Mensual 2019</td></tr> <tr><td>Pauta</td><td>56 cuñas mensuales.</td></tr> <tr><td>Bonificación</td><td>15 cuñas</td></tr> <tr><td>Precio unitario</td><td>¢ 19.000.00 cuña 30"</td></tr> <tr><td>Precio total</td><td>¢ 1.000.000.00</td></tr> <tr><td>Monto en letras</td><td>Un millón de Colones</td></tr> <tr><td>Razón social</td><td>DIFUSORA RADIOFONICA LIMONENSE, S.A.</td></tr> <tr><td>Cédula Jurídica</td><td>3 101 479403</td></tr> <tr><td>Observaciones</td><td></td></tr> </table> <p>Quedo a sus órdenes para cualquier otra consulta acerca de este ofrecimiento.</p>	Programa	Programas noticias y programación Regular	Medio	Radio Casino	Horario	A definir	Periodo	Mensual 2019	Pauta	56 cuñas mensuales.	Bonificación	15 cuñas	Precio unitario	¢ 19.000.00 cuña 30"	Precio total	¢ 1.000.000.00	Monto en letras	Un millón de Colones	Razón social	DIFUSORA RADIOFONICA LIMONENSE, S.A.	Cédula Jurídica	3 101 479403	Observaciones		
Programa	Programas noticias y programación Regular																													
Medio	Radio Casino																													
Horario	A definir																													
Periodo	Mensual 2019																													
Pauta	56 cuñas mensuales.																													
Bonificación	15 cuñas																													
Precio unitario	¢ 19.000.00 cuña 30"																													
Precio total	¢ 1.000.000.00																													
Monto en letras	Un millón de Colones																													
Razón social	DIFUSORA RADIOFONICA LIMONENSE, S.A.																													
Cédula Jurídica	3 101 479403																													
Observaciones																														
2 2	Uriel Dávila Ordeñana (Noticias Actual)	1.356.000,00	X		<p>Karla Charon B Representante de ventas</p> <p>Radio Casino de Limón 2 de noviembre de 2020</p> <p>¡Atención! Les compartimos las fechas de los próximos sorteos para el mes de Octubre.</p> <p>JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL, 175 AÑOS DE HACER EL BIEN!</p> <p>2 veces compartido</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p> <p>Escribe un comentario...</p> <p>PDF</p> <p>Cert-Noticias-Actual-Uriel-Junta2020.pdf</p>	La certificación del medio tiene fecha del 10 de noviembre del 2021.																								





Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

2 3	Werni Vásquez González (Radio Gigante)	1.356.000,00	X		<p>Cuñas</p> <p>Cert-Rescate-Werni -Junta2020.pdf</p>	La certificación del medio tiene fecha del 10 de noviembre del 2021.
2 4	Carlos Jiménez Guillén (Programa Juzgue Usted)	1.186.500,00	X		<p>Cuñas</p>	La certificación del medio no tiene fecha de emisión






					<p>DECLARACION JURADA</p> <p><i>El suscrito de calidades conocidas, por este medio hace constar en su calidad de productor radiofónico y director responsable del espacio de opinión pública: JUZGUE USTED que se cumplió a cabalidad con la pauta y respectivas bonificaciones, de acuerdo a lo ordenado y estipulado en la oferta, para el periodo 2020.</i></p> <p><i>Por tal motivo se otorgaron un total de 12 cuñas adicionales por mes, así como entrevistas a los personereros y vocerías autorizadas por la J.P.S. en cumplimiento a la oferta presentada.</i></p> <p><i>Es todo, firmamos en la ciudad de San José.</i></p> <p><i>Muy atentamente,</i></p>  <p>CARLOS A. BIMBEY GUILLÉN Director y Productor</p>									
2 5	Ideas y Creatividad HyR S.A.	1.356.000,00	X		<p>Noticias web</p>  <p>Bonificaciones Ideas y creatividad.d</p> <p>AÑO 2020</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Fecha</th> <th>Publicación y/o Nota Periodística</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>08/04/2020</td> <td>Comunicado subsidio a vendedores de lotería</td> </tr> <tr> <td>30/03/2020</td> <td>Importante JPS alerta sobre estafas</td> </tr> <tr> <td>21/04/2020</td> <td>JPS mantiene subsidios a vendedores</td> </tr> </tbody> </table>	Fecha	Publicación y/o Nota Periodística	08/04/2020	Comunicado subsidio a vendedores de lotería	30/03/2020	Importante JPS alerta sobre estafas	21/04/2020	JPS mantiene subsidios a vendedores	No se adjunta evidencia de las bonificaciones señaladas en el listado de fecha 12 de noviembre de 2021.
Fecha	Publicación y/o Nota Periodística													
08/04/2020	Comunicado subsidio a vendedores de lotería													
30/03/2020	Importante JPS alerta sobre estafas													
21/04/2020	JPS mantiene subsidios a vendedores													

2 6	Carlos Fernández Cerdas	1.186.500,00	X	<p>Cuñas</p>  <p>San José, viernes 12 de noviembre 2021</p> <p>DECLARACIÓN JURADA</p> <p>El Departamento de Continuidad del programa Charlemos de radio Actual certifica que este espacio de opinión cumplió con la pauta y las respectivas bonificaciones contenidas en la oferta publicitaria del periodo 2020.</p> <p>Se otorgaron 10 cuñas adicionales por mes en cumplimiento a lo ofrecido en la propuesta inicial.</p> <p>Como director del programa Charlemos doy fe del cumplimiento de las entrevistas realizadas a voceros de JPS y Daniners en nuestro sitio www.charlemoscr.com, como bonificaciones adicionales a las cuñas ya mencionadas.</p> <p>CARLOS LUIS FERNANDEZ FERNANDEZ CERDAS (FIRMA) Fecha: 2021.11.12 15:27:46-0500 Carlos Fernández Cerdas Director General</p> <p><small>charlemoscr.com actualfm.com Fb: charlemoscr Tw: @carloscharlemos H: carloscharlemos T: +506 2253-4453 cfernandez@charlemoscr.com</small></p>	La certificación del medio tiene fecha de emisión del 12 de noviembre de 2021
2 7	Cámara Nacional de Radiodifusión	8.136.000,00	X	<p>Cuñas</p>  <p>Certificación de pauta JPS- Bonifica</p>	La certificación del medio tiene fecha de emisión del 10 de noviembre de 2021
2 8	Helbert Alexander Coto Calderón (La voz del taxista)	1.186.500,00	X	<p>Cuñas</p>	

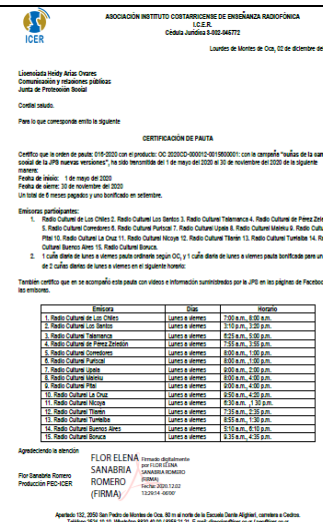


Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					 <p>Certificación de pauta JPS_.pdf</p>	
29	Asociación Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica	6.130.000,00	X		<p>Noticias web y cuñas</p>  <p>comprobación de pauta del facebook</p> 	<p>En la documentación adjunta no se logra visualizar el año de las publicaciones ya que no se aprecia en lo aportado.</p>



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

						
30	Endy Torres Keith	6.780.000,00	X		Noticias web y cuñas	En la documentación adjunta no se logra visualizar el año de las publicaciones ya que no se aprecia en lo aportado.



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

3 1	Radio Victoria Limitada	1.186.500,00	X	<p>Noticias web</p>	<p>En la documentación adjunta no se logra visualizar el año de las publicaciones ya que no se aprecia en lo aportado.</p>



Informe de Auditoría Interna AI JPS N° 11-2021

					<p>https://www.facebook.com/TeleticaRadio/videos/579743736269000</p>	del medio tiene fecha del 18 de diciembre del 2018
3 5	Ramiro Crawford Sterling (Programa radial, Limón Iniciando un Mundo de Oportunidades)	678.000,00	X		<p>Cuñas</p> <p>https://www.facebook.com/TeleticaRadio/videos/579743736269000</p>	La certificación del medio no tiene fecha de emisión



					<p>Limón Roots</p> <p>Bonificaciones</p> <p>Por este medio hago constar el cumplimiento regular de transmisión de las cuñas radiales según contrato, de las cuales envié las muestras mensuales y/o quincenales, así como las transmisiones bonificadas mayor a la cantidad ofrecida, entrevistas a la señora Presidenta Ejecutiva, Esmeralda Britton y anuncios solicitados comunicar de actividades y sorteos.</p> <p>Saludo cordialmente Ing. Ramiro Crawford LIMÓN: INICIANDO UN MUNDO DE OPORTUNIDADES.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

3. Televisión

#	Medio	Monto contratado	Presentó Bonificación		Especificar tipo de "Bonificación" y adjuntar el soporte	Observaciones Auditoría
			Sí	No		
1	Teletica Radio / Televisora de Costa Rica (Dos medios)	2.786.580,00	X		<p>Notas en TV y menciones</p> <p>Nota + 1-98% de colocación de chances 2-Sorteos especiales para sortear premio acumulado 3-Sorteo del día del padre se pasa de fecha 4-Segundo premio no se vendió día del padre</p> <p>Nota + 1-Se suspenden sorteos de chances, se cambian las fechas</p>	
2	Willian Mora Alfaro (Más deporte más televisión Canal 42)	2.786.580,00	X		Videos de 30'	



					<p>San José, miércoles 10 de noviembre, 2021</p> <p>Señora, Heidy Patricia Arias Ovaros Periodista Unidad de Comunicación y MPP Junta de Protección Social</p> <p>Estimada Señora:</p> <p>Con relación a su correo electrónico recibido el martes 09 de noviembre del presente año, se informa que las bonificaciones que realizó el programa Mas Deportes Televisión de la Campaña Social 2020, número de procedimiento 2020CD-000012-0013400001 son:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mes</th> <th>Descripción</th> <th>Total de Bonificaciones por mes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mayo</td> <td>Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Agosto</td> <td>Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Septiembre</td> <td>Se bonifico todo el mes de septiembre</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Octubre</td> <td>Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>Atentamente, WILLIAM MORA ALFARO Director William Mora Alfaro Director Tels: 8882-7042/ 2330-3294 masdeportestelevision42@gmail.com www.facebook.com/masdeportetv</p>	Mes	Descripción	Total de Bonificaciones por mes	Mayo	Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración	4	Agosto	Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración	4	Septiembre	Se bonifico todo el mes de septiembre	8	Octubre	Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración	4																																																																																																																							
Mes	Descripción	Total de Bonificaciones por mes																																																																																																																																									
Mayo	Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración	4																																																																																																																																									
Agosto	Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración	4																																																																																																																																									
Septiembre	Se bonifico todo el mes de septiembre	8																																																																																																																																									
Octubre	Una bonificación por programa de un spot de 30" de duración	4																																																																																																																																									
3	Representaciones tel. Repretel Canal 6	27.120.000,00	X		<p>Descuento, Noticias en TV, Menciones en el noticiero</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>AF</th> <th>AG</th> <th>AH</th> <th>AI</th> <th>AJ</th> <th>AK</th> <th>AL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>27</td> <td>28</td> <td>29</td> <td>30</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>8</td> <td>2 243 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>1 260 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>4</td> <td>1 120 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>560 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>896 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>896 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1 000 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td>2</td> <td>1 000 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>400 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>0</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="5">1 1 1 1</td> <td colspan="2">26</td> </tr> <tr> <td colspan="5">SUB-TOTAL</td> <td colspan="2">9 375 000</td> </tr> <tr> <td colspan="5">DESCUENTO</td> <td colspan="2">3 375 000</td> </tr> <tr> <td colspan="5">SUB-TOTAL CON DESC</td> <td colspan="2">6 000 000</td> </tr> <tr> <td colspan="5">IMPUESTOS 13%</td> <td colspan="2">780 000</td> </tr> <tr> <td colspan="5">TOTAL INVERSIÓN</td> <td colspan="2">6 780 000</td> </tr> </tbody> </table>	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	27	28	29	30							1								8	2 243 000						2	1 260 000		1				4	1 120 000						2	560 000						2	896 000						2	896 000					1	2	1 000 000				1		2	1 000 000						2	400 000						0	-		1 1 1 1					26		SUB-TOTAL					9 375 000		DESCUENTO					3 375 000		SUB-TOTAL CON DESC					6 000 000		IMPUESTOS 13%					780 000		TOTAL INVERSIÓN					6 780 000		
AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL																																																																																																																																					
27	28	29	30																																																																																																																																								
			1																																																																																																																																								
				8	2 243 000																																																																																																																																						
				2	1 260 000																																																																																																																																						
1				4	1 120 000																																																																																																																																						
				2	560 000																																																																																																																																						
				2	896 000																																																																																																																																						
				2	896 000																																																																																																																																						
			1	2	1 000 000																																																																																																																																						
		1		2	1 000 000																																																																																																																																						
				2	400 000																																																																																																																																						
				0	-																																																																																																																																						
1 1 1 1					26																																																																																																																																						
SUB-TOTAL					9 375 000																																																																																																																																						
DESCUENTO					3 375 000																																																																																																																																						
SUB-TOTAL CON DESC					6 000 000																																																																																																																																						
IMPUESTOS 13%					780 000																																																																																																																																						
TOTAL INVERSIÓN					6 780 000																																																																																																																																						
4	Radiofónica de la Península S.A (Tres medios)	3.390.000,00	X		Videos de 30´, y Cuñas	La certificación del medio tiene fecha del 10 de noviembre del 2021																																																																																																																																					


--	--	--	--	--	--



5	Claudio Alpizar Otoyá (Noche sin Tregua)	1.808.000,00	X		<p style="text-align: center;">Cuñas radiales</p> <p style="text-align: center;">DECLARACIÓN JURADA</p> <p>El suscrito, CLAUDIO ALPÍZAR OTOYA mayor, casado, vecino de Santo Domingo de Heredia, portador de la cédula de identidad número 1-0593-0479 declaro bajo juramento y apercibido de las penas con que se sanciona el delito de falso testimonio, que para efectos de control y seguimiento sobre la adjudicación que se me realizó mediante el contrato de la Pauta de la Campaña Social y de Imagen institucional 2020CD-000012-0015600001 y dice:</p> <p>Que durante el AÑO 2020, se realizó la publicidad convenida con la Junta de Protección Social, espacio publicitario en el programa NOCHE SIN TREGUA en el Canal 8 (Multimedios TV) durante los domingos de cada semana del mes, con repetición los sábados, en el que se transmitió la cantidad de 3 spots radiales pagados en cada programa transmitido, pauta que se bonificó con 15 días adicionales de publicidad en las mismas condiciones.</p> <p>Emito la presente a los 12 días del mes de NOVIEMBRE del 2021</p> <p style="text-align: right;"> CLAUDIO ALBERTO ALPÍZAR OTOYA (FIRMA) <small>Firmado digitalmente por CLAUDIO ALBERTO ALPÍZAR OTOYA (FIRMA) Número de reconocimiento (DN) serialNumber=CIF-01-0033-0479, cn=ALPÍZAR OTOYA, o=Junta de Protección Social, email=ALPÍZAR OTOYA (FIRMA) fecha=2021.11.12 19:50:29 -0500'</small> </p>	La certificación del medio tiene fecha del 12 de noviembre del 2021
6	SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA LTDA (Familia Dorada)	1.356.000,00	X		<p style="text-align: center;">Noticias web</p>	Las publicaciones en Redes Sociales no indican el año en que fueron realizadas.

--	--	--	--	--	--	--



				 <p>Bonificaciones Este programa se transmite en Canal 42, se bonifica en la página de YouTube</p> <p>12 julio https://www.youtube.com/watch?v=IwPd9Q3hQSk&t=9s</p> <p>5 julio https://www.youtube.com/watch?v=zz9XKzEqW7Y&list=PLaZ5CWgeu22kRGD_cVzDw0qIwoHUP1yIK&index=29</p> <p>28 junio https://www.youtube.com/watch?v=mDEYHARouY&t=1536s Entrevista con doña Esmeralda</p> <p>14 junio https://www.youtube.com/watch?v=ISvr4JhPQbO&t=27s</p> <p>7 junio https://www.youtube.com/watch?v=Seplei7c7oU&t=13s</p>	
7	Trivisión de Costa Rica S.A.*	2.034.000,00	X	Noticias web	



				<p>Anexión TV 23 de junio de 2020 · 🌐</p> <p>#Noticias36 La Junta de Protección Social (Oficial) realizará hoy martes el sorteo del Día del Padre para que los vendedores tengan más oportunidad de colocar los números y a los usuarios de adquirirlos. Apresúrese, esta puede ser su oportunidad.</p> <p>0:16 / 1:16 Haz clic para ampliar</p> <p>26 1 vez compartido</p>	
				<p>Anexión TV 11 de septiembre de 2020 · 🌐</p> <p>#Noticias36 La JPS celebrará su 175 aniversario con un gran sorteo este próximo 15 de setiembre.</p> <p>0:08 / 2:51</p> <p>1</p>	



--	--	--	--	--	--

4. WEB

#	Medio	Monto contratado	Presentó Bonificación		Especificar tipo de "Bonificación" y adjuntar el soporte	Observaciones AI
			Sí	No		
1	José Rafael Arguedas Pérez	2.373.000,00		X	Noticias web	La certificación, no se especifica la fecha de emisión de la misma



				 <p>jarguedas@sancarlosdigital.com Teléfono: 8738 6733 Ciudad Quesada, San Carlos</p> <p>Srita. Heidy Arias Ovares Junta de Protección Social</p> <p>Se adjuntan bonificaciones de pauta en San Carlos Digital durante 2020.</p> <p>Mayo 2020: 6 publicaciones en Facebook.</p> <p>https://facebook.com/sancarlosdigital/videos/669788277186906/ https://facebook.com/sancarlosdigital/videos/297413651261638/ https://facebook.com/sancarlosdigital/videos/272592157472170/ https://facebook.com/sancarlosdigital/videos/851816098637316/ https://facebook.com/sancarlosdigital/videos/2742641122677592/ https://facebook.com/sancarlosdigital/videos/263341178403854/</p>	
--	--	--	--	--	--



Anexo No.2 Compromisos pendientes Departamento de Mercadeo

a) Subpartida 10302 - 101 - PUB.Y PROP.RADIO-TV LOT. NACIONAL

Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-21787-364	Viene del 2018. Lotería Nacional Radio Cadena de Emisoras Columbia campaña genérica durante los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre 2018.	585,121.91	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-21879-369	Viene del 2018. Lotería Nacional. Televisión Televisora de Costa Rica campaña reforzamiento por los meses del periodo 2018.	14,712.60	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-21883-372	Viene del 2018. Lotería Nacional. Televisión Representaciones Televisas campaña de reforzamiento por dos meses del periodo 2018.	33,891.52	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22067-376	Viene del 2018. Lotería Nacional Radio Grupo Nación campaña reforzamiento 2 durante los meses de octubre a diciembre 2018	2,900,484.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22075-377	Viene del 2018. Lotería Nacional Televisión Representaciones Televisivas S,A. Campaña de reforzamiento 2 de octubre a diciembre 2018.	15,316,585.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
M-OC-22314-380	Viene del 2019. Lotería Nacional Televisión TV Norte canal 14 campaña reforzamiento de enero a junio 2019.	3,390,000.00	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-22318-381	Viene del 2019. Lotería Nacional Televisión Millicom Cable Costa Rica campaña reforzamiento de enero a junio 2019.	6,731,396.04	15-04-2021



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-22334-384	Viene del 2019 Lotería Nacional Televisión Metropolitana campaña de reforzamiento de enero a junio 2019.	6,779,859.07	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22363-385	Viene del 2019 Lotería Nacional Televisión Sistema Nacional de Radio y Televisión Canal 13 Transmisión y Producción de sorteos del 05 febrero al 31 diciembre 2019.	7,177,863.28	02-07-2021
O-OC-22545-388	Viene del 2019. Lotería Nacional Radio Grupo Radiofónico Omega campaña genérica periodo 2019.	269,787.50	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-22555-394	Viene del 2019. Lotería Nacional Televisión Millicom Cable de Costa Rica campaña genérica periodo 2019	1,124,350.00	26-03-2021
O-OC-22684-397	Viene del 2019. Lotería Nacional Televisión Sistema Nacional de Radio y Televisión canal 13 transmisión programa Rueda de la Fortuna periodo 2019.	4,788,954.46	02-07-2021
O-OC-22838-400	Viene del 2019. Lotería Nacional Radio Televisora de Costa Rica Teletica Radio campaña reforzamiento periodo 2019	138,605.79	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23006-408	Viene del 2020. Lotería Nacional Televisión Representaciones Televisivas campaña genérica periodo 2020.	1,351,334.01	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23011-410	Viene del 2020. Lotería Nacional Televisión Millicom cable de Costa Rica campaña genérica periodo 2020.	5,898,600.00	26-03-2021



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-23016-412	Viene del 2020. Lotería Nacional Radio Gilda Chacón Radio San Carlos campaña genérica periodo 2020.	250,000.00	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23029-415	Viene del 2020. Lotería Nacional Televisión Sociedad Periodística La Extra campaña genérica periodo 2020.	3,000,000.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23032-417	Viene del 2020. Lotería Nacional Televisión Sinart Transmisiones de sorteos periodo 2020.	14,140,220.24	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23033-419	Viene del 2020. Lotería Nacional TV Sinart Producción y transmisión del Programa Rueda de la Fortuna periodo 2020.	301,037.47	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23296-422	Viene del 2020. Lotería Nacional Televisión Transmisiones de sorteos Sinart de abril a diciembre 2020	49,396,257.10	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23333-423	Viene del 2020. Lotería Nacional Radio Werni Vázquez transmisiones de sorteos periodo 2020.	1,356,000.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23334-425	Viene del 2020. Lotería Nacional. Radio Cesar Granja Morales transmisiones de sorteos periodo 2020.	1,356,000.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23352-428	Viene del 2020. Lotería Nacional TV empresa que brinde los servicios de producción y transmisión del programa La Rueda de la Fortuna de agosto a diciembre 2020.	8,305,343.85	A la fecha no aparece cancelad



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-23431-436	Viene del 2020. Lotería Nacional Radio Comunicaciones digitales de entretenimiento campaña genérica periodo 2020.	857,165.85	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23433-440	Viene del 2020. Lotería Nacional Radio Televisora de Costa Rica Teletica Radio campaña genérica publicitaria periodo 2020.	2,239,133.29	26-03-2021
O-OC-23433-442	Viene del 2020. Lotería Nacional TV Televisora de Costa Rica campaña genérica publicitaria periodo 2020.	8,011,577.79	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23446-444	Viene del 2020. Lotería Nacional Radio Jerónimo transmisiones de sorteos periodo 2020	254,250.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23447-446	Viene del 2020. Lotería Nacional Radio Mediosonido transmisiones de sorteos periodo 2020	254,250.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23609-448	Viene del 2020. Lotería Nacional Televisión empresa que brinde los servicios de un animador, presentador en la modalidad consumo por demanda dos eventos periodo 2020.	372,900.00	26-03-2021
Total Compromisos del periodo 2020		107.239.757,30	



b) Subpartida 10302 - 102 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. POPULAR

Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-21787-365	Viene del 2018. Lotería Popular Radio Cadena de Emisoras Columbia campaña genérica durante los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre 2018.	436,850.09	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-21879-370	Viene del 2018. Lotería Popular. Televisión Televisora de Costa Rica campaña reforzamiento por los meses del periodo 2018.	25,153.80	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-21883-373	Viene del 2018. Lotería Popular. Televisión Representaciones Televisas campaña de reforzamiento por dos meses del periodo 2018.	57,943.58	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-22363-386	Viene del 2019 Lotería Popular Televisión Sistema Nacional de Radio y Televisión Canal 13 Transmisión y Producción de sorteos del 05 febrero al 31 diciembre 2019.	27,497,630.72	02-07-2021
O-OC-22545-389	Viene del 2019. Lotería Popular Radio Grupo Radiofónico Omega campaña genérica periodo 2019.	269,787.50	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-22555-395	Viene del 2019. Lotería Popular Televisión Millicom Cable de Costa Rica campaña genérica periodo 2019	1,124,350.00	26-03-2021
O-OC-22563-396	Viene del 2019. Lotería Popular Televisión Representaciones Televisivas campaña genérica periodo 2019.	25,049,389.04	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22684-398	Viene del 2019. Lotería Popular Televisión Sistema Nacional de Radio y Televisión canal 13 transmisión programa Rueda de la Fortuna periodo 2019.	4,788,954.46	02-07-2021
O-OC-23006-409	Viene del 2020. Lotería Popular Televisión Representaciones Televisivas campaña genérica periodo 2020.	1,351,334.01	A la fecha no aparece cancelad



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-23011-411	Viene del 2020. Lotería Popular Televisión Millicom cable de Costa Rica campaña genérica periodo 2020.	5,898,600.00	26-03-2021
O-OC-23016-413	Viene del 2020. Lotería Popular Radio Gilda Chacón Radio San Carlos campaña genérica periodo 2020.	250,000.00	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23029-414	Viene del 2020. Lotería Popular Televisión Sociedad Periodística La Extra campaña genérica periodo 2020.	3,000,000.00	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23032-418	Viene del 2020. Lotería Popular Televisión Sinart Transmisiones de sorteos periodo 2020.	8,402,305.85	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23033-420	Viene del 2020. Lotería Popular TV Sinart Producción y transmisión del Programa Rueda de la Fortuna periodo 2020.	301,037.47	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23333-424	Viene del 2020. Lotería Popular Radio Werni Vazquez transmisiones de sorteos periodo 2020.	1,356,000.00	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23334-426	Viene del 2020. Lotería Popular. Radio Cesar Granja Morales transmisiones de sorteos periodo 2020.	1,356,000.00	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23340-427	Viene del 2020. Lotería Popular. Producciones CH Y Z transmisiones de sorteos periodo 2020.	2,712,000.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23352-429	Viene del 2020. Lotería Popular TV empresa que brinde los servicios de producción y transmisión del programa La Rueda de la Fortuna de agosto a diciembre 2020.	8,305,343.85	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23353-431	Viene del 2020. Lotería Popular Televisión empresa que brinde los servicios de un animador, presentador en la modalidad consumo por demanda periodo 2020.	440,700.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-23431-437	Viene del 2020. Lotería Popular Radio Comunicaciones digitales de entretenimiento campaña genérica periodo 2020	857,165.85	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23433-441	Viene del 2020. Lotería Popular Radio Televisora de Costa Rica Teletica Radio campaña genérica publicitaria periodo 2020.	2,239,133.29	26-03-2021
O-OC-23433-443	Viene del 2020. Lotería Popular TV Televisora de Costa Rica campaña genérica publicitaria periodo 2020.	11,011,577.79	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23446-445	Viene del 2020. Lotería Popular Radio Jerónimo transmisiones de sorteos periodo 2020	254,250.00	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23447-447	Viene del 2020. Lotería Popular Radio Mediosonido transmisiones de sorteos periodo 2020	254,250.00	A la fecha no aparece cancelad
Total Compromisos del periodo 2020		48.974.618,36	

c) Subpartida 10302 - 104 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. INSTANTÁNEA

Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-21645-360	Viene del 2018. Lotería Instantánea Televisión Televisora de Costa Rica. S.A. Pauta publicitaria. Reforzamiento campaña genérica enero y febrero 2018.	1,005,900.46	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-21879-371	Viene del 2018. Lotería Instantánea. Televisión Televisora de Costa Rica campaña reforzamiento por los meses del periodo 2018.	7,593.60	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-21883-374	Viene del 2018. Lotería Instantánea. Televisión Representaciones Televisas campaña de reforzamiento por dos meses del periodo 2018.	17,492.40	A la fecha no aparece cancelad



O-OC-22684-399	Viene del 2019. Lotería Instantánea Televisión Sistema Nacional de Radio y Televisión canal 13 transmisión programa Rueda de la Fortuna periodo 2019.	14,366,863.39	02-07-2021
O-OC-23033-421	Viene del 2020. Lotería Instantánea TV Sinart Producción y transmisión del Programa Rueda de la Fortuna periodo 2020	309,895.83	A la fecha no aparece cancelad
O-OC-23352-430	Viene del 2020. Lotería Instantánea TV empresa que brinde los servicios de producción y transmisión del programa La Rueda de la Fortuna de agosto a diciembre 2020.	24,916,031.56	A la fecha no aparece cancelad
Total Compromisos del periodo 2020		40.623.777,24	



d) Subpartida 10302 - 201 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. NACIONAL

Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-21769-361	Viene del 2018. Lotería Nacional WEB Representaciones Televisivas S.A. Campaña genérica durante los meses mayo, junio, noviembre y diciembre 2018.	791,678.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-21791-366	Viene del 2018. Lotería Nacional. Prensa Grupo Nación campaña genérica durante los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre 2018.	1,951,100.94	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22015-375	Viene del 2018. Contratar los servicios del operador 1155	2,373,000.00	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-22080-378	Viene del 2018. Lotería Nacional Prensa Grupo Nación campaña reforzamiento 2 de octubre a diciembre 2018.	9,390,526.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22084-379	Viene del 2018. Lotería Nacional WEB Grupo Nación campaña reforzamiento 2 de octubre a diciembre 2018.	678,000.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22322-382	Viene del 2019. Lotería Nacional Cines Inversiones de Cinema de Costa Rica campaña reforzamiento de enero a junio 2019.	2,260,000.00	19-02-2021
O-OC-22333-383	Viene del 2019 Lotería Nacional Prensa Sociedad Periodística La Extra campaña reforzamiento de enero a junio 2019.	1,506,667.42	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22436-387	Viene del 2019. Lotería Nacional Otros Medios Empresa que brinde los servicios de operador 1155.	395,500.00	A la fecha no aparece cancelado



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-22550-390	Viene del 2019 Lotería Nacional Cine Circuito de cines de occidente campaña genérica periodo 2019.	1,356,000.00	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-22554-392	Viene del 2019. Lotería Nacional Cine Inversiones de Cinema de Costa Rica campaña genérica periodo 2019.	3,447,630.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22849-402	Viene del 2019. Lotería Nacional Otros Medios Prensa Sociedad Periodística La Extra campaña reforzamiento periodo 2019	11,300,000.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22898-403	Viene del 2019. Lotería Nacional Otros Medios empresa que brinde los servicios de operador 1155 periodo 2019.	3,209,200.0	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-22989-404	Viene del 2020. Lotería Nacional Cine Inversiones de Cinema de Costa Rica campaña genérica periodo 2020	3,749,999.98	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-22990-406	Viene del 2020. Lotería Nacional Pantallas Digitales Interamericana Medios Comunicación campaña genérica periodo 2020.	1,500,000.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23031-416	Viene del 2020. Lotería Nacional Otros Medios Empresa que brinde el servicio de operador 1155	1,604,600.00	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-23418-432	Viene del 2020. Lotería Nacional WED CR HOY campaña genérica publicitaria periodo 2020.	1,000,000.00	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-23428-434	Viene del 2020. Lotería Nacional Prensa Grupo Nación campaña genérica publicitaria periodo 2020.	1,460,683.52	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
O-OC-23431-438	Viene del 2020. Lotería Nacional TV comunicaciones digitales de entretenimiento campaña genérica publicitaria periodo 2020	1,000,032.50	Mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-015-2021, de fecha 11 de marzo de 2021, se solicitó liberar.
Total Compromisos del periodo 2020		48.974.618,36	

e) Subpartida 10302 - 202 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT. POPULAR

Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-21769-362	Viene del 2018. Lotería Popular WEB Representaciones Televisivas S.A. Campaña genérica durante los meses mayo, junio, noviembre y diciembre 2018	1,353,514.00	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-21791-367	Viene del 2018. Lotería Popular. Prensa Grupo Nación campaña genérica durante los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre 2018.	3,335,753.22	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-22550-391	Viene del 2019 Lotería Popular Cine Circuito de cines de occidente campaña genérica periodo 2019.	904,000.00	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-22554-393	Viene del 2019. Lotería Popular Cine Inversiones de Cinema de Costa Rica campaña genérica periodo 2019.	2,298,420.00	A la fecha no aparece cancelado



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-22989-405	Viene del 2020. Lotería Popular Cine Inversiones de Cinema de Costa Rica campaña genérica periodo 2020	3,749,999.97	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-22990-407	Viene del 2020. Lotería Popular Pantallas Digitales Interamericana Medios Comunicación campaña genérica periodo 2020.	1,500,000.00	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-23418-433	Viene del 2020. Lotería Popular WED CR HOY campaña genérica publicitaria periodo 2020.	1,000,000.00	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-23428-435	Viene del 2020. Lotería Popular Prensa Grupo Nación campaña genérica publicitaria periodo 2020.	1,460,683.52	A la fecha no aparece cancelado
O-OC-23431-439	Viene del 2020. Lotería Popular TV comunicaciones digitales de entretenimiento campaña genérica publicitaria periodo 2020	1,000,032.50	A la fecha no aparece cancelado
Total Compromisos del periodo 2020		16.602.403,21	

f) Subpartida 10302 - 204 - PUB.Y PROP.OTROS MEDIOS LOT.INSTANTANEA

Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-21769-363	Viene del 2018. Lotería Instantánea WEB Representaciones Televisivas S.A. Campaña genérica durante los meses mayo, junio, noviembre y diciembre 2018.	408,608.00	A la fecha no aparece cancelado



Documento	Descripción	Monto Compromiso	Fecha de cancelación en el año 2021
O-OC-21791-368	Viene del 2018. Lotería Instantánea. Prensa Grupo Nación campaña genérica durante los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre 2018.	1,007,019.84	A la fecha no aparece cancelado
Total Compromisos del periodo 2020		1.415.627,84	