

	4.4 Solicitarle a la Gerencia de Desarrollo Social implementar los controles que considere conveniente, con la finalidad, de verificar que los recursos transferidos por la Institución al Banco Hipotecario de la Vivienda, la Caja Costarricense del Seguro Social y el Ministerio de Salud, se utilizaron razonablemente y de conformidad con los convenios formalizados con cada Institución.					Parcialmente Cumplida	Mediante acuerdo JD-131, correspondiente al artículo III), inciso 1) de la sesión ordinaria N° 10-2015 celebrada el 17 marzo del 2015, la Junta Directiva acoge el Informe AI - JPS-02-2015 comunicando a la Gerencia Desarrollo Social atender recomendación 4, 2 y 4,3. con oficio GG-789-2015 la Gerencia General transcribe acuerdo y solicita la atención a la Gerencia Desarrollo Social, con oficio GDS-123 del 14 de abril de 2015 se remiten las políticas a la Gerencia General, con oficio GG-1077-2015 del 27 de abril de 2015 se remiten a la Asesoría Jurídica para su análisis y criterio respectivo, con oficio AJ-667 del 20 de mayo de 2015 la Asesoría Jurídica emite criterio, con oficio GG-1433-2015 del 26 de mayo 2015 la Gerencia General solicita a la Gerencia Desarrollo Social solicitar atender las observaciones realizadas por la Asesoría Jurídica, con oficio GDS-402-2015 del 1 de julio de 2015, se remiten las políticas y acciones de control propuestas por la Gerencia Desarrollo Social, con oficio GG-3715-2015 del 21 de setiembre de 2015 se solicita a la GDS el aval de la Auditoría y Asesoría Jurídica para proceder a presentar a Junta Directiva, con oficio GDS-784-2015 se remite a la Auditoría Interna copia del GDS-402 con las políticas Institucionales y acciones de control propuestas para su valoración, se esta a la espera de la respuesta.	Pendiente		
AI JPS 04-2015	Estudio sobre el control interno relacionado con la 2.1 Estructura aprobada por MIDEPLAN comunicación (publicidad, promoción patrocínios e imagen institucional) de los periodos 2011, 2012 y 2013	Como medida para reforzar el control interno existente sobre las operaciones relacionadas con la Gestión de Ventas, y la Comunicación (Publicidad, Promoción, Patrocínios e imagen institucional), se recomienda que:	08/04/2015	Gerencia General	28/04/2015	Julio Canales Guillén	Pendiente		Pendiente	Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017: En la Sesión de Junta Directiva, acta extraordinaria N° 03-2016, se tomó el acuerdo JD 071, artículo VII), en el cual se indica: " Que en atención a los Lineamientos y Macro procesos de Reorganizaciones Administrativas emitidas por MIDEPLAN, se proceda a dar inicio a la reorganización parcial de la estructura organizativa de la Junta, para actualizarla a los cambios derivados del cierre de las sucursales y otros aspectos relevantes"
	4.2.1 Se proceda a evaluar la estructura aprobada por MIDEPLAN en el oficio DM-434-2012 del 16 de julio del 2012, con el fin de revisar los macroprocesos, procesos y subprocesos, para determinar: a) Si existen eventuales recargos de funciones, inadecuado volumen y/o complejidad de las actividades. b) Si se establecieron en forma clara las funciones que le corresponden a cada Unidad Administrativa, y c) Si los responsables ha cumplido con las funciones encomendadas. Lo anterior, con el fin de cumplir con el artículo N° 13 de la Ley General de Control Interno N° 8292 y las Normas N° 2.5 y N° 2.5.1 del Manual de Normas de Control Interno para el Sector Público.									
	4.2.2 Valorar para el cumplimiento de los fines institucionales; la conveniencia de incorporar en una sola Gerencia las dependencias encargadas de la Gestión de Ventas, Supervisión de Venta de Loterías, Distribución de Lotería, Control de Nómina y Adjudicación y Contratos, las cuales en la nueva Estructura Organizativa de la Junta de Protección Social fueron separadas entre la Gerencia de Producción y Comercialización y la Gerencia de Operaciones, con la finalidad de que se mantenga entre estas unidades las relaciones jerárquicas, líneas de dependencia y una estricta coordinación, así como la relación con otros elementos que conforman la gestión de ventas de los productos que comercializa la Junta de Protección Social y el logro de los objetivos institucionales planteados. (Punto N° 2.1 de resultados del estudio).			Gerencia General		Julio Canales Guillén	Pendiente		Pendiente	Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017: En la Sesión de Junta Directiva, acta extraordinaria N° 03-2016, se tomó el acuerdo JD 071, artículo VII), en el cual se indica: " Que en atención a los Lineamientos y Macro procesos de Reorganizaciones Administrativas emitidas por MIDEPLAN, se proceda a dar inicio a la reorganización parcial de la estructura organizativa de la Junta, para actualizarla a los cambios derivados del cierre de las sucursales y otros aspectos relevantes"
	4.2.3 Determinar en forma clara cuál Unidad Administrativa es la responsable de la gestión y seguimiento de las ventas de las loterías preimpresas y electrónicas, entendiéndose como Gestión de Ventas, la Unidad encargada de incorporar nuevos Puntos de Venta y vendedores, así como el seguimiento de la colocación efectiva de las mismas. (Punto N° 2.1 de resultados del estudio).			Gerencia General		Julio Canales Guillén	Cumplida	La venta de la lotería es una actividad que no depende de una dependencia específica, debido a que es la sumatoria de funciones entre las cuales se incluyen la Fuerza de ventas, distribución de loterías, publicidad, entre otras. El seguimiento de las ventas de las loterías preimpresas en cantidad de fracciones, actualmente se trabaja con la herramienta de categorización de vendedores. Mediante oficio GG-GPC 0204-2017 de fecha 03 de abril de 2017 se manifestó que la Unidad encargada de llevar el seguimiento de las ventas de las Loterías Preimpresas y Electrónicas es el Departamento de Mercado.	Parcialmente cumplida	Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017: De conformidad con la estructura actual, se cuenta con un Departamento de Ventas, el cual tiene adscrita la Unidad de Gestión de Ventas y la Unidad de Supervisión de Ventas de Loterías. Cabe mencionar que mediante resolución GRS-085 del 30/09/2015, se resolvió revocar el traslado de la señor Beatriz Duarte Monge, de la Sucursal de Perez Zeledón y proceder a reubicarla en el edificio central de la Junta de Protección Social, con la plaza que ostenta en propiedad en el Departamento de Ventas, a partir del 01/10/2015. No obstante, a pesar de que en el Departamento Administración de Loterías, se realiza el seguimiento de la colocación de las loterías; para dar cumplimiento a la categorización de los vendedores de lotería aprobada en el acta N° 14 de la sesión extraordinaria celebrada el 20 de agosto del

	<p>4.2.4 Verificar si dentro del Reglamento Orgánico que se encuentra en proceso de actualización se incluyen los cambios de la nueva Estructura Organizacional, así como si se incluyen los efectos de la recomendación emitida en el punto N° 2.1 de resultados del estudio.</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Pendiente	Pendiente	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>En la Sesión de Junta Directiva, acta extraordinaria N° 03-2016, se tomó el acuerdo JD 071, artículo VII), en el cual se indica: " Que en atención a los Lineamientos y Macro procesos de Reorganizaciones Administrativas emitidas por MIDEPLAN, se proceda a dar inicio a la reorganización parcial de la estructura organizativa de la Junta, para actualizarla a los cambios derivados del cierre de las sucursales y otros aspectos relevantes"</p>
<p>2.2. Determinación de Políticas respecto a la Comunicación (Publicidad, Promoción, Ventas y Administradores de las Sucursales, donde se sugiere que se incorporen entre otros aspectos: Patrocinios e Imagen Institucional)</p>	<p>4.1.1.- Establecer anualmente Políticas y Directrices claras y concretas a los Departamentos de Mercadeo, Ventas y Administradores de las Sucursales, donde se sugiere que se incorporen entre otros aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El porcentaje máximo sobre los Ingresos que se debe destinar a la Publicidad. • El tipo de lotería que requiere más publicidad. • Recursos económicos que se deben destinar a cada una de las Campañas Publicitarias, radio, televisión y Patrocinios. • Estudio sobre la demanda de lotería en las Sucursales vs cantidad de billetes asignados a cada una. • Los resultados concretos que se esperan obtener en cada una de las Sucursales con respecto a la colocación de las loterías y sobre los recursos económicos invertidos en la Publicidad y Promoción. <p>Sobre dichas políticas se propone que se establezcan las fechas o períodos en que van a ser revisadas, con el fin de implantarlas, ajustarlas o eliminarlas, de conformidad con los cambios tanto internos como externos que se puedan presentar para mejorar la colocación de los productos que comercializa la Institución. (Punto N° 2.2 de resultados del estudio).</p>	Presidencia de Junta Directiva	Della Villalobos Álvarez	Pendiente por parte de Presidencia	Parcialmente cumplida	<p>Como parte del cumplimiento del acuerdo JD 071, se procedió con la formalización del Convenio realizado entre la Junta de Protección Social y la Dirección General de Servicio Civil, "DGSC", con el fin de unificar esfuerzos y recursos para facilitar la elaboración de instrumentos técnicos relacionados con el desarrollo organizacional y ajustados de acuerdo con los requerimientos de la organización, iniciando con</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Según el artículo N° 8 del Reglamento Orgánico le corresponde a la Junta Directiva como Jerarca de la Institución dictar las políticas que regirán la institución; no obstante, el señor Milton Vargas Mora; exgerente general, mediante oficio GG 1315 del 18/05/2015, le informó a la Auditoría Interna que en relación al informe, se encontraba adjunto el oficio MER-PPP-080, que contiene el informe presentado por el Departamento de Mercadeo, el cual cuenta con el aval de la Gerencia de Producción y Comercialización.</p> <p>Cabe señalar, que la recomendación se encuentra parcialmente cumplida debido a que las políticas deben ser aprobadas por la Junta Directiva y no la Gerencia General.</p>
<p>2.3. Definición de funciones y responsables</p>	<p>4.2.5 Girar instrucciones para que las diferentes dependencias que se relacionan con la Gestión de Ventas y establecidos en el Reglamento Orgánico y el Comercialización de Loterías, eviten incluir Metas que incorporen funciones rutinarias tales como "Distribuir Manual de Funciones Vs Metas incluidas en el mercado la mayor cantidad posible de lotería entre los adjudicatarios y vendedores de lotería", y en su lugar incorporar metas dirigidas a incrementar la colocación de las loterías preimpresas. (Punto N° 2.3 de resultados del estudio).</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Cumplida	Cumplida	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Las diferentes dependencias incorporaron dentro del Plan Anual Operativo del 2016 y 2017, metas dirigidas a incrementar la colocación de las lotería preimpresas.</p>
<p>2.4. Traslado de la función de Gestión de Ventas</p>	<p>4.2.6 Una vez analizada la recomendación emitida por esta Auditoría Interna en el punto N° 4.2.1, se valore si se solicita a la Junta Directiva Institucional que se deje sin efecto o se modifique lo establecido en el acuerdo JD-492, artículo VIII), inciso 1) de la sesión N° 33 celebrada el 17 de octubre del 2006, donde el Órgano Director aprobó la nota MER-408 del 21 de setiembre del 2006 y el oficio G-2978 del 05 de octubre del 2006, o bien que la administración se adhiera al acuerdo en cita. (Punto N° 2.4 de resultados del estudio).</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Pendiente	Pendiente	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>En la Sesión de Junta Directiva, acta extraordinaria N° 03-2016, se tomó el acuerdo JD 071, artículo VII), en el cual se indica: " Que en atención a los Lineamientos y Macro procesos de Reorganizaciones Administrativas emitidas por MIDEPLAN, se proceda a dar inicio a la reorganización parcial de la estructura organizativa de la Junta, para actualizarla a los cambios derivados del cierre de las sucursales y otros aspectos relevantes"</p> <p>Como parte del cumplimiento del acuerdo JD 071, se procedió con la formalización del Convenio realizado entre la Junta de Protección Social y la Dirección General de Servicio Civil, "DGSC", con el fin de unificar esfuerzos y recursos para facilitar la elaboración de instrumentos técnicos relacionados con el desarrollo organizacional y ajustados de acuerdo con los requerimientos de la organización, iniciando con:</p> <p>1. Revisión y actualización del Manual de Clase de Puestos</p>
<p>2.5. Manuales de Procedimientos que documenten las actividades relacionadas con la Publicidad, Promoción e Imagen Institucional</p>						
<p>2.5.1 Departamento de Mercadeo</p>	<p>4.2.7 Se giren instrucciones al Departamento de Mercadeo de forma que proceda a actualizar los Manuales de Procedimientos que incorporan todas las acciones que se ejecutan y que se relacionan con la Publicidad y la Promoción, y aquellas labores que le sean asignadas. Una vez confeccionados dichos manuales los mismos deben ser remitidos para revisión por parte del Departamento de Planificación y posterior aprobación de la Gerencia General. (Punto N° 2.5.1 de resultados del estudio).</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Parcialmente Cumplida	Parcialmente cumplida	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>La actualización de los Manuales de Procedimientos del Área de Publicidad y Promoción de Productos, en su oportunidad habían sido aprobados con el oficio G-278 del 7/02/2014. Posteriormente, la Gerencia mediante oficio GG-1226 del 9 de mayo del 2016, le comunicó a toda la Administración, que el Departamento de Planificación requería conocer las necesidades en formulación o actualización de manuales de procedimientos. Por lo anterior, el Departamento de Mercadeo, mediante nota MER 120 del 17/06/2016, le informó al Departamento de Planificación, sobre las necesidades de actualización de los mencionados manuales; sin embargo, según información suministrada por la señora Ninoska Espinoza Marín;</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p>
<p>2.5.2 Relaciones Públicas</p>	<p>4.2.8 Se giren instrucciones a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, para que elabore los Manuales de Procedimientos de dicha dependencia. Estos manuales deben incorporar todas aquellas labores que le fueron asignadas a esta unidad, asimismo, los manuales deben ser remitidos para revisión por parte del Departamento de Planificación y posterior aprobación de la Gerencia General, conforme lo establece el Reglamento Orgánico vigente de la Institución. (Punto N° 2.5.2 de resultados del estudio).</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Parcialmente Cumplida	Parcialmente cumplida	<p>Mediante oficio GG-1108 la Gerencia giró instrucciones a Planificación para atender por prioridades la confección de manuales, razón por la cual estamos en espera de que se nos comuniquen cuando le corresponde a la Unidad</p> <p>La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas mediante el oficio CRP 079 del 13/05/2016, le informó al Departamento de Planificación la necesidad de actualización de los mencionados manuales; no obstante, según información suministrada por la señora Ninoska colaboradora del Departamento de Planificación, la necesidad actualizada de los manuales de</p>

2.6 Planes Estratégicos del Departamento de Mercadeo y Relaciones Públicas					
2.6.1 Departamento de Mercadeo	4.2.9 Tomar las medidas que correspondan para que:	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Cumplida	Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:
	a. El Departamento de Mercadeo una vez que confeccione los Planes Anuales de Mercadeo; los remita a la Gerencia General para que esta dependencia los envíe a la Presidencia de Junta Directiva, con el propósito de que sean conocidos y aprobados por el Órgano Colegiado, ya que dichos planes disponen de información sobre la Estrategia de Publicidad a aplicar durante cada periodo de operación, el presupuesto total de publicidad y promoción de los productos que se comercializan, y otra información importante, que bien pueden ser modificados o corregidos con el fin de alcanzar los Objetivos Institucionales. (Punto 2.6.1 de resultados del estudio).				Cumplida En el acta extraordinaria N° 02-2016 del 21/01/2016, la Junta Directiva da por conocida la "Estrategia para la comercialización de los productos impresos de la Junta de Protección Social para el año 2016"
	b. La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas elabore anualmente el Plan Estratégico referente a la Imagen Institucional y Patrocinios y lo presente ante la Gerencia General, para que esta dependencia lo envíe a la Presidencia de Junta Directiva, con la finalidad de que sea conocido y aprobado por el Órgano Colegiado. (Punto N° 2.6.1 de resultados del estudio).			Parcialmente cumplida Mediante oficio GG-GPC-Mer ppp 010 del 17 de febrero, se envió el Plan de Mercado y Comunicación para conocimiento de Junta Directiva	Pendiente La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, no cuenta con un Plan Estratégico anual, referente a la Imagen Institucional y Patrocinios Mediante correo recibido el 05/01/2017 la señora Margarita Barahona Novoa, encargada de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, manifestó: "Sobre los patrocinio es importante destacar que estos son solicitados por los interesados, razón por la cual no podemos tener un plan establecido sobre las solicitudes de patrocinios, no obstante a cada uno de ellos se les aplica el cumplimiento de los criterios enviados mediante correo electrónico, y si estos se cumplen son elevados a Junta Directiva para su aprobación." Cabe indicar que dichos criterios de selección fueron aprobados según Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:
2.6.2 Planes Estratégicos de Relaciones Públicas.					
2.7 Análisis de las metas planteadas en los Planes Anuales Operativos por parte de Ex Dirección de Producción y Ventas, Departamento de Mercadeo y Departamento de Adjudicación y Ventas (Rendición de Cuentas).	4.2.9 Tomar las medidas que correspondan para que: c. Las diferentes dependencias encargadas de la Distribución de Loterías, Gestión de Ventas, Publicidad y el Comunicación y Promoción, incorporen metas en los Planes Anuales Operativos dirigidas a llevar un verdadero esfuerzo para alcanzar el impulso que se requiere en las ventas de las diferentes loterías y alcanzar los objetivos presentados. (Punto N° 2.7 de resultados del estudio).	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Cumplida	Cumplida Las diferentes dependencias incorporaron dentro del Plan Anual Operativo del 2016 y 2017, metas dirigidas a incrementar la colocación de las lotería preimpresas .
	d. Las dependencias que llevan a cabo la Distribución de Loterías, Gestión de Ventas, Publicidad, Promoción y Comunicación, remitan los informes de Rendición de Cuentas a la Gerencia General, con el fin de que la Administración Activa lleve a cabo un análisis sobre los resultados de las metas, con el fin de tomar medidas correctivas de las posibles desviaciones que impiden el cumplimiento de las metas propuestas. (Punto N° 2.7 de resultados del estudio).				Cumplida De conformidad con la nota PI 454 del 10 de noviembre del 2016, el Departamento de Planificación, le comunica a la Gerencia General el Informe Institucional de seguimiento y/o evaluación de metas PAO al 30 de setiembre 2016 (III Trimestre). Así mismo, se observó mediante la presentación realizada que se encontró adjunto a la nota PI 454, que las diferentes dependencias, remitieron los resultados de las metas propuestas.
2.7.1 Metas planteadas 2.7.2 Rendición de Cuentas 2.8 Conformación de Comisiones 2.8.1 Cantidad de Comisiones aprobadas 2.8.2 Objetivos y responsabilidades de Junta Directiva	4.2.10 Se proceda a valorar la operación de las Comisiones conformadas tales como: "Comisión Institucional de Comunicaciones", "Comisión de Patrocinio Deportivo y Cultural", "Comisión de Ventas", "Comité de Negocios", "Comisión de Responsabilidad Social "y la "Comisión de Diseño", con el fin de determinar si procede su funcionamiento, en caso contrario se tomen los correspondientes acuerdos de Junta Directiva para eliminar o anular las comisiones que no están en funcionamiento. (Punto 2.8.2 de resultados del estudio).	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Cumplida	Cumplida Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:
					Dado que la Junta Directiva en Sesión Extraordinaria según Acta N° 18-2014 del 02 de diciembre de 2014, acordó dejar sin efecto todas aquellas comisiones o comités que no cumplan con una disposición reglamentaria o legal, de la misma forma se deja sin efecto la recomendación en mención.
2.8.3 Operación de las comisiones nombradas por la Junta Directiva	4.2.11 Se solicite a la Junta Directiva que en el momento en que se proceda a conformar una comisión, se incorpore en el acuerdo de Junta Directiva no solo los puestos de los funcionarios que la conforman, sino también los siguientes aspectos:	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Cumplida	Cumplida Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:
	<ul style="list-style-type: none"> • Los objetivos del funcionamiento de las mismas, • La población meta, • Las políticas, • Las responsabilidades concretas de cada una, • Las funciones de la comisión, • Número y nombre de los que conforman la Comisión, • Período de vigencia de los puestos, • Facultades de cada miembro, • Procedimiento en caso de renuncia de alguno de los miembros, • Periodicidad y/o fechas de las reuniones (Reuniones ordinarias y extraordinarias). (Punto 2.8.3 de resultado) 				Se da por cumplida la presente recomendación, según acuerdo de Junta Directiva de la Junta de Protección Social JD-636 de la Sesión Ordinaria Acta N° 21-2016 del 13 de junio del 2016, donde dicho Órgano Colegiado acogió la recomendación girada por esta Auditoría Interna.

	<p>4.2.13 Girar instrucciones a cada una de las comisiones que se encuentran operando para que:</p> <p>A- Cumplan en forma similar con las "Disposiciones Generales" de la "Comisión de Comparecencias", descritas en el Reglamento a la Ley de Loterías, con el fin de que cuenten con un Plan General y uno Específico, los cuales al menos deben contemplar los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los objetivos, • Los medios o actividades para alcanzar los objetivos, • El presupuesto general, • Plan Anual de actividades, • Registro en libro de Actas de las reuniones, • Forma de tomar los acuerdos, • Detalle de todos los acuerdos adoptados, • Firmas de todos los miembros de la Comisión en el libro de Actas, • Fecha de la reunión (Punto 2.8.3 de resultados del estudio) <p>B- Archiven o custodien las actas o notas emitidas por la Comisión en forma separada a las emitidas por la Unidad o Departamento del cual forma parte algún miembro de la comisión.</p> <p>C- Lleven por separado la numeración de la correspondencia emitida por cada una de las Comisiones, con el fin de evitar que se utilice la misma numeración y nomenclatura llevada por la Unidad o Departamento a la que pertenece alguno de los miembros de la comisión. (Punto 2.8.3 de resultados del estudio).</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Cumplida	Cumplida	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:</p> <p>Dado que la Junta Directiva en Sesión Extraordinaria según Acta N° 18-2014 del 02 de diciembre de 2014, acordó dejar sin efecto todas aquellas comisiones o comités que no cumplan con una disposición reglamentaria o legal, de la misma forma se deja sin efecto la recomendación en mención.</p>
<p>2.8.4 Coordinación existente entre las Comisiones Superiores Jerárquicos responsables de analizar las propuestas</p>	<p>4.2.12 La Junta Directiva Institucional proceda a dejar claro en los Acuerdos de Junta Directiva, cuáles y comisiones serán las que operarán en materia de Comunicación Publicidad, Promoción, Patrocinios e Imagen Institucional], cumpliendo los aspectos mencionados en la recomendación 4.2.11. (Punto 2.8.4 y 2.9 de resultados del estudio).</p> <p>4.2.18- Para garantizar transparencia en el proceso de aprobación de los patrocinios, tomar las medidas que correspondan para:</p> <p>A) Llevar a cabo la valoración formal del costo/beneficio que lo justifique, debidamente firmado por quien lo solicita.</p> <p>B) Definir claramente el tipo de actividades que serán patrocinadas con criterios como: actividades sin fines de lucro, exclusivamente relacionadas con el quehacer de la institución, generadoras de un beneficio económico y/o el valor agregado a la Imagen Institucional.</p> <p>C) Valorar la conveniencia de que el estudio de Costo Beneficio, sea solicitado a la Entidad que pide el Patrocinio para que esta presente los insumos necesarios, previamente definidos, para que el Departamento de Mercadeo efectúe los análisis técnicos pertinentes.</p> <p>Todo lo anterior con el fin de cumplir con el inciso o) del artículo N° 131 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, así mismo, evitar que dicha valoración se limite solamente a llenar el documento para cumplir con este requisito. (Punto 2.8.4 de resultados del estudio)</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Cumplida	Cumplida	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:</p> <p>Dado que la Junta Directiva en Sesión Extraordinaria según Acta N° 18-2014 del 02 de diciembre de 2014, acordó dejar sin efecto todas aquellas comisiones o comités que no cumplan con una disposición reglamentaria o legal, de la misma forma se deja sin efecto la recomendación en mención.</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:</p> <p>Según el acuerdo de Junta Directiva N° 115 de la Sesión Extraordinaria N° 3 del 09 de marzo de 2015, ese Cuerpo Colegiado eliminar la definición de costo beneficio, puesto que los patrocinios que se otorguen deberán sustentar y valorar que se trate de organizaciones que requieren apoyo de la Institución por el tipo de población que atienden, por lo anterior la recomendación queda sin efecto.</p> <p>Según el acuerdo de Junta Directiva N° 142 de la Sesión Ordinaria N° 10 del 17 de marzo de 2015, ese Cuerpo Colegiado aprobó los criterios de selección de patrocinios, donde se establece que las actividades pueden ser sujeto de apoyo por parte de la Institución, por lo anterior se da por cumplida la recomendación.</p> <p>Según el acuerdo de Junta Directiva N° 115 de la Sesión Extraordinaria N° 3 del 09 de marzo de 2015, ese Cuerpo Colegiado eliminar la definición de costo beneficio, puesto que los patrocinios que se otorguen deberán sustentar y valorar que se trate de organizaciones que requieren apoyo de</p>
<p>2.9 Valoración de riesgos relacionados con las actividades de Publicidad, Promoción, Relaciones Públicas e Imagen Institucional</p>	<p>4.2.14- Se giren instrucciones a las dependencias encargadas de la Publicidad Institucional, Distribución de Loterías, Supervisión de Venta de Lotería, Gestión de Ventas, Adjudicación, Contratos, Control de Nómina e inventario y Relaciones Públicas, para que procedan en los próximos informes de Valoración de Riesgos, a establecer las medidas correspondientes para enfrentar la pérdida del mercado de loterías por circunstancias tales como: competencia por las loterías ilegales, disgusto de los consumidores con los planes de premios, el precio de las loterías, las cantidades en las cuotas de lotería asignadas, los canales de distribución y la devolución de las diferentes loterías entre otros. (Punto N° 2.9 de resultados del estudio).</p> <p>4.2.15- Los formularios o matrices de Valoración de Riesgos, sean formalmente completados, con el fin de evitar que se las columnas denominadas "Medida existente" y Medida Propuesta" contengan la misma información. Así mismo, evitar que se reporten medidas propuestas sin haber identificado el riesgo correspondiente. (Punto N° 2.9 de resultados del estudio).</p> <p>4.2.16- Las Matrices suministradas por el Departamento de Mercadeo, cuenten con la información y firma de la persona que las elaboró, el revisado de un funcionario responsable y el período al cual corresponden. (Punto 2.9 de resultados del estudio).</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Parcialmente cumplido	Parcialmente cumplida	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Las dependencias encargadas de la Distribución de Loterías, Supervisión de Venta de Lotería, Gestión de Ventas, Adjudicación, Contratos, Control de Nómina e inventario y Relaciones Públicas, procedieron en los Informes de Valoración de Riesgos del 2015, a establecer las medidas correspondientes para enfrentar la pérdida del mercado de loterías. No obstante, a pesar de que el Departamento de Mercadeo procedió a completar la matriz denominada "Portafolio de Riesgos 2016" y cumplir con la Autoevaluación del Sistema de Control Interno, no se visualizó en los formularios remidos a la gerencia general a.), con el oficio GG-GPC-727 del 11/11/2016, algún riesgo asociado para enfrentar las circunstancias señaladas en la presente recomendación.</p> <p>Sin embargo, los temas propuestos serán analizados en el proceso de valoración de riesgo institucional correspondiente al periodo 2017</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>En el Informe de Valoración de Riesgos del 2015, se cumplió con esta recomendación.</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Las matrices denominadas "Portafolio de Riesgos" y los cuestionarios de la Autoevaluación del Sistema de Control interno, se encuentra con las respectivas firmas.</p>

	<p>2.10 Seguimiento del monitoreo realizado por el Departamento de Mercadeo sobre la publicidad contratada por la Institución</p> <p>4.2.17- Tomar las medidas requeridas para que el seguimiento o monitoreo que lleva a cabo el Departamento de Mercadeo sobre las pautas publicitarias, estudios "cualitativos y cuantitativos" que se desarrollan sobre el conocimiento de las loterías en el mercado y las características de los diferentes sorteos, mediante las herramientas con que cuenta el mencionado departamento, sean dados a conocer a la Gerencia de Producción y Comercialización y a la Gerencia de Operaciones, con el fin de retroalimentar la toma de acciones tendientes a mejorar el consumo de los productos que se comercializan y la Imagen Institucional.</p> <p>4.3 De conformidad con lo dispuesto en los artículos N° 12 inciso c), N° 36 y N° 37 de la Ley General de Control Interno N° 8292, se establece un plazo de un mes contado a partir de la fecha en que sea entregado el presente informe, para que se presente un cronograma respecto a la implementación de las recomendaciones e informar a esta Auditoría sobre las medidas que se adopten.</p>	Gerencia General	Julio Canales Guillén	Cumplida	<p>Cumplida</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 03-2016:</p> <p>Según el acuerdo de Junta Directiva N° 142 de la Sesión Ordinaria N° 10 del 17 de marzo de 2015, ese Cuerpo Colegiado aprobó los criterios de selección de patrocinios, por lo anterior se da por cumplida la recomendación.</p>
<p>AI JPS 07-2015 Estudio sobre la subpartida publicidad y propaganda para los periodos 2011, 2012 y 2013</p>	<p>2.1. Comportamiento de las Ventas de las Loterías Impresas y el Gasto de Publicidad de productos ejecutado</p> <p>2.1.1. Relación billetes vendidos y gasto en publicidad realizado.</p> <p>2.1.2. Distribución de recursos destinados a la Publicidad y Propaganda.</p> <p>2.1.3 Gasto en Publicidad asumido por los billetes destruidos.</p>	31/07/2015 Presidencia	31/07/2015 Delia Villalobos Álvarez	11/08/2015	<p>Parcialmente cumplido</p> <p>El cumplimiento de la totalidad de las observaciones depende de la aprobación de las políticas por parte de la Presidencia.</p> <p>Pendiente por parte de Presidencia</p> <p>Se emitió el JD-347 el 06 de abril de 2017, donde se solicita la revisión por parte de la Presidencia del oficio GG-GPC-MER-PPP-010 del 17 de febrero de 2017.</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Cabe indicar que a pesar de las múltiples gestiones realizadas por la Administración Activa, (notas de remisión a los involucrados y minutos de reunión), para el establecimiento de las políticas para la cuantía de la Publicidad y Propaganda, fueron remitidas a la funcionaria Margarita Barahona Novoa, según acuerdos JD-047 del Acta N° 03-2016 y JD-073 del Acta N° 04-2016, con la finalidad de que la señora Barahona emitiera criterio sobre la parte Comunicación y Relaciones Públicas; no obstante, al cierre del presente informe no se conoce el criterio mencionado; por tanto, las políticas no han sido presentadas a la Junta Directiva formalmente.</p>
	<p>4.1.1 Se definen formalmente políticas para la cuantía de la Publicidad y Propaganda, su asignación por producto y la escogencia del medio publicitario (Gran Área Metropolitana y Zonas Rurales); considerando para ello las herramientas de selección con que cuenta el Departamento de Mercadeo y los estudios de Consumo, Uso & Actitudes de los compradores de lotería entre otros, con el propósito de que priven criterios técnicos para la ejecución del gasto publicitario, lo cual debe quedar documentado en un manual de procedimientos. (Puntos N° 2.1.1, N° 2.1.2 y N° 2.1.3 de resultados del estudio).</p> <p>4.1.2 Se establezca una estrategia publicitaria donde se enfatice las bondades de convertirse en acreedor de un premio de lotería, se incremente la motivación de los consumidores para adquirir los productos que vende la Junta de Protección Social, así como la importancia que tiene la Institución para los sectores más vulnerables del país, evidenciando los perjuicios sociales que implica el consumo de las loterías ilegales. (Puntos N° 2.1.1 y N° 2.1.2 de resultados del estudio).</p>	Presidencia	Delia Villalobos Álvarez	Cumplida	<p>Cumplida</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Mediante oficio SJD-315 se transcribe el acuerdo JD-302 del acta N° 09-2016, celebrada el 14/03/2016, en el cual se autoriza la contratación directa para la campaña "Générica" a desarrollarse desde mayo a diciembre para dar a conocer los planes de premios, así como difundir la importancia del aporte que realiza la institución. Asimismo, mediante acuerdo JD-303, correspondiente al artículo IV, inciso 12 de la sesión 09-2016, en la que se autoriza el trámite de la contratación y la ejecución de la subpartida 1.3.2 Publicidad y propaganda para pauta publicitaria en los medios de comunicación, con la finalidad de realizar una campaña contra las loterías ilegales.</p> <p>En el acta extraordinaria N° 02-2016 del 21/01/2016, la Junta Directiva da por conocida la "Estrategia para la comercialización de los productos impresos de la Junta de Protección Social para el año 2016"</p>
	<p>4.1.3 Se instaure una política de control sobre los precios y los niveles de devolución permitidos de los productos que se distribuyen, con la finalidad de fomentar e incrementar las ventas mediante la colocación de billetes adicionales. (Puntos N° 2.1.1 y N° 2.1.2 de resultados del estudio).</p>	Gerencia General / Departamento de Mercadeo		Cumplida	<p>Parcialmente cumplida</p> <p>En cuanto a la definición de precios, se cuenta con la Metodología debidamente aprobada según acuerdo JD-575.</p> <p>En cuanto a la política para la definición de los porcentajes de devolución para los sorteos ordinarios y extraordinarios, se han presentando en diferentes ocasiones solicitudes de modificación del porcentaje autorizado; sin embargo, no ha sido formalmente aprobada por la Junta Directiva. Además, por parte de Administración de Loterías se ha realizado los oficios GG-GO-ALO-346-2017, GG-GO-ALO-366-2017, GG-GO-ALO-467-2017, GG-GO-ALO-535-2017, en los cuales se muestra el comportamiento de los porcentajes de devolución para un análisis y posterior rebajo del porcentaje de devolución aprobado.</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Control de Precios: Mediante acuerdo de Junta Directiva JD-499, artículo II) de la sesión extraordinaria No. 16-2014 celebrada el 13 de noviembre del 2014, la Junta Directiva aprueba la "Metodología para establecer los Precios y Planes de Premios" en cumplimiento a la disposición 4.5 del Informe DFOE-SOC-IF-08-2014 de la Contraloría General de la República, con oficio adjunto DFOE-SD-2680 del 17 de diciembre, 2015 la Contraloría General de la República.</p> <p>Posteriormente, mediante acuerdo JD 575 del acta extraordinaria N° 13-2016 se aprueba la modificación sugerida en la mencionada metodología, para que se indique en el apartado "Criterio #2-Criterio Estudios de Mercado-Para vendedores y para compradores:</p> <p>"el valor numérico del indicador de inflación del precio potencial podrá redondearse al millar superior inmediato".</p>
	<p>4.2 Girar instrucciones a la Gerencia General, para que:</p> <p>4.2.3 Solicitar al Departamento de Mercadeo un estudio por mes, trimestre o semestre en donde se detalle el resultado de la inversión del gasto en Publicidad y Propaganda versus los resultados de colocación de los productos impresos que se comercializan, con la finalidad de tomar las decisiones que correspondan en procura de una sana administración y eficiente utilización de esta Subpartida. (Puntos N° 2.1.1 y N° 2.1.3 de resultados del estudio).</p>	Gerencia General / Departamento de Mercadeo		Cumplida	<p>Parcialmente cumplida</p> <p>La información solicitada se incluye dentro de los informes del PAO emitidos de forma trimestral.</p> <p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Devolución de lotería: Referente a la devolución de lotería, mediante acuerdo JD-542 de la Sesión Extraordinaria Acta N° 14-2015 del 20 de agosto de 2015, se había aprobado el procedimiento para establecer e implementar la categorización de los vendedores de lotería y se autorizó aplicar el control de series con un porcentaje de intercambio de series de un 10% de la cuota retirada y se solicitó a la Gerencia de Operaciones; y a la Gerencia de Producción y Comercialización iniciar de inmediato negociaciones con los sectores que representan a los vendedores de loterías, con el propósito de llegar a un consenso en cuanto al porcentaje de devolución que debe definirse para cada una de las loterías, considerando los cambios que se</p> <p>De conformidad con el acta extraordinaria N° 21, de la sesión celebrada el 22/09/2016, se comprobó que el Departamento de Mercadeo procedió a presentar el "Informe de Ventas por producto Período 02 de enero al 31 de agosto del 2016", observándose que dentro del mismo se consignó el análisis de los resultados de la inversión del gasto de publicidad y propaganda; no obstante, no se visualizó una comparación de la inversión</p>

<p>2.1.4 Análisis del Procedimiento del Pago de Servicios relacionados con Publicidad por medio de la Caja Chica</p>	<p>4.1.4 Se concluya el proceso de revisión del "Reglamento del Fondo de Caja Chica" por parte de la Gerencia General, para que sea sometido a conocimiento y aprobación por parte de la Junta Directiva de la Institución, conforme lo establece el artículo N° 8 del Reglamento Orgánico de la Junta Protección Social vigente. (Punto N° 2.1.4 de resultados del estudio)</p> <p>4.2 Girar instrucciones a la Gerencia General, para que:</p>	<p>Presidencia</p> <p>Gerencia General / Departamento de Mercadeo</p>	<p>Della Villalobos Álvarez</p>	<p>Parcialmente Cumplida</p>	<p>Cumplida</p> <p>Pendiente</p>	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Se determinó que en la Gaceta N° 246 del 18/12/2015, se publicó el "REGLAMENTO GENERAL DE LOS FONDOS DE CAJA CHICA DE LA JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL" de la Institución, para que sea sometido a conocimiento y aprobación por parte de la Junta Directiva de la Institución, conforme lo establece el artículo N° 8 del Reglamento Orgánico de la Junta Protección Social vigente. (Punto N° 2.1.4 de resultados del estudio)</p> <p>4.2.1 Respecto a los gastos a incurrir en materia de Publicidad y Propaganda, las diferentes unidades administrativas deben respetar los procesos de contratación administrativa establecidos en la Institución, de forma que se utilice el Fondo de Caja Chica únicamente para la adquisición de bienes y servicios que sean para uso o de consumo urgente e imprevisible, con el propósito de evitar incurrir en posibles fraccionamientos y obtener una mayor participación de los potenciales proveedores de estos bienes y servicios. (Punto N° 2.1.4 de resultados del estudio)</p>
<p>2.2. Contrataciones de Publicidad y Propaganda en diferentes medios de comunicación</p>	<p>4.2 Girar instrucciones a la Gerencia General, para que:</p> <p>4.2.2 El Departamento de Mercadeo actualice el control "Presupuesto de Inversión Publicitaria" cuando ocurran ajustes tales como: cambio de plazo de la entrega, montos menores al reservado, sustitución de orden de compra por pagos de reajuste y liquidación de una orden de compra por solicitud del Departamento de Proveeduría, con el fin de contar con información oportuna y real para la toma de decisiones, así como ofrecer a terceros la información pertinente del gasto en publicidad por medio de comunicación o campaña específica a una fecha determinada. (Punto N° 2.2 de resultados del estudio).</p>	<p>Presidencia</p>	<p>Della Villalobos Álvarez</p>	<p>Cumplida</p>	<p>Cumplida</p>	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>El día 05 de enero del 2017, se observó que dicho control se encuentra actualizado de conformidad con los ajustes realizados</p>
<p>2.2.1. Valoración de los criterios de selección de la Publicidad y Propaganda contratada</p> <p>2.2.2. Análisis de la Publicidad y Propaganda contratada con la Televisora de Costa Rica Canal 7 y Repretel Canal 6</p> <p>2.2.3. Contrataciones de pautas publicitarias por orden de la Presidencia de Junta Directiva</p> <p>2.2.4. Controles Internos establecidos en el Departamento de Mercadeo sobre el Gasto en Publicidad y Propaganda</p>	<p>4.3 De conformidad con lo dispuesto en los artículos N° 12 inciso c), 36 y 37 de la Ley General de Control Interno N° 8292, se establece un plazo de un mes contado a partir de la fecha en que sea entregado el presente informe, para que se presente un cronograma respecto a la implementación de las recomendaciones e informar a esta Auditoría sobre las medidas que se adopten.</p>	<p>Gerencia General / Departamento de Mercadeo</p>	<p>Della Villalobos Álvarez</p>	<p>Parcialmente cumplido</p>	<p>Pendiente</p>	<p>Seguimiento en Informe AI JPS 05-2017:</p> <p>Mediante oficio AI 480 del 21/06/2016, remitida a la Presidencia de Junta Directiva, se le solicitó a esa dependencia interponer sus buenos oficios a efectos de que fuera remitido en un plazo máximo de 7 días hábiles, el cronograma de cumplimiento para la totalidad de las recomendaciones, con la indicación de los responsables y el plazo para su cumplimiento en caso de que se encontraran pendientes.</p> <p>No obstante, a la fecha no se cuenta con dicho cronograma.</p> <p>Asimismo, para aquellas recomendaciones que se encontraran atendidas a la fecha, se adjuntara los documentos justificantes correspondientes para su respectiva comprobación.</p>