



**CdS-04- 2014**

**“Informe de quejas, reclamos, denuncias  
y agradecimientos”**

**Junta de Protección Social (JPS)**

**Contraloría de Servicios**

---

Enero- marzo 2014

## Tabla de contenido

1	Metodología Aplicada .....	3
1.1	Introducción.....	3
1.2	Objetivo .....	3
1.3	Alcance .....	3
1.4	Tipo de Investigación .....	4
1.5	Población .....	4
1.6	Marco muestral .....	4
1.7	Recopilación de los datos .....	5
2	Estadísticas de Resultados Obtenidos .....	6
2.1	Clientes atendidos.....	6
2.2	Cantidad de gestiones, por medio utilizado.....	7
2.3	Clasificación de los casos atendidos.....	8
2.4	Unidades organizacionales, consultas e inconformidades .....	8
2.5	Unidades organizacionales que generan inconformidades .....	10
2.7	DENUNCIAS .....	12
2.8	OTROS SERVICIOS QUE BRINDA LA CONTRALORÍA DE SERVICIOS A LOS USUARIOS. ....	13
2.9	SUGERENCIAS .....	14
2.10	ESTADO ACTUAL DE LOS CASOS.....	15
3.1	<i>Conclusiones</i> .....	16
3.2.	<i>Sugerencias</i> .....	19
3.2.1	Externadas por los clientes:.....	19
3.2.2.	Sugerencias de la Contraloría de Servicios .....	20

## **Tabla, Cuadros y Gráficos**

### Tablas

Casos Recibidos .....	4
-----------------------	---

### Cuadros y Gráficos

Tipo de cliente atendido .....	7
Gestiones de acuerdo con el medio.....	7 y 8
Clasificación de los casos .....	9
Principales unidades organizativas que originan la consulta.....	9
Principales unidades organizativas que origina inconformidades.....	11
Denuncias.....	13
Principales servicios brindados.....	14
Sugerencias.....	14
Agradecimientos.....	15
Gestiones pendientes.....	22

### **1 Metodología Aplicada**

#### **1.1 Introducción**

El presente informe tiene como propósito evaluar la gestión de los servicios brindados por los diferentes departamentos de la institución, mediante la presentación de datos absolutos, porcentuales y exposición descriptiva de las denuncias, quejas, sugerencias, consultas, servicios y agradecimientos recibidos en la Contraloría de Servicios durante el primer trimestre del 2014. Cabe indicar que el presente informe constituye una herramienta para identificar las áreas o servicios que reflejan oportunidades de mejora.

Los resultados que se exponen, permitirán proponer programas de trabajo y establecer estrategias apropiadas; por parte de la Contraloría de Servicios y de otras dependencias administrativas, orientadas al mejoramiento de los servicios, por lo cual se consideran factores como: calidad, oportunidad, tiempo, atención, insumos, eficiencia, comunicación, talento humano, responsabilidad e innovación.

Asimismo, las recomendaciones externadas por los clientes, permitirán a la administración retroalimentarse y tener conocimientos de aquellos aspectos que son susceptibles a la implementación de mejoras.

#### **1.2 Objetivo**

Analizar los registros de quejas, consultas, sugerencias y agradecimientos, presentados por clientes externos e internos, vendedores y público en general durante los meses de enero a marzo del 2014.

#### **1.3 Alcance**

Registros que mantienen la Contraloría de Servicios respecto a la información atinente a la atención de los clientes internos y externos para el período comprendido entre los meses de enero a marzo del 2014.

## 1.4 Tipo de Investigación

Se utilizó el método por registro interno<sup>1</sup> que lleva la Contraloría de Servicios permitiendo identificar hechos relevantes que sirvan como parámetro para evaluar los resultados de la gestión y dar el respectivo seguimiento; principalmente de las áreas de servicio al cliente que reflejan oportunidades de mejora. La información obtenida será presentada en datos numéricos resumidos, mediante cuadros estadísticos y exposición descriptiva sobre las denuncias, quejas, consultas y agradecimientos.

## 1.5 Población

Como elemento primordial se mantiene un registro digital de usuarios internos y externos mayores de 18 años, que utilizaron algún medio para presentar la queja, consulta, sugerencia, servicio o agradecimientos en las oficinas centrales de la Junta de Protección Social, Administración de Cementerios, sucursales de Cartago, Heredia, Puntarenas, Pérez Zeledón y Alajuela.

## 1.6 Marco muestral

Se contempló el registro de quejas, sugerencias, consultas y agradecimientos de los usuarios que utilizaron diferentes medios tales como: boletas, correo electrónico, llamadas telefónicas, entre otros. La cantidad de inconformidades y consultas atendidas por oficina que brinda el servicio, se presentan seguidamente.

**Tabla 1**  
**CASOS RECIBIDOS**

<i>Oficina que Brinda el servicio</i>	<i>Cantidad</i>
Junta de Protección Social	885
Administración de Cementerios	-
Sucursal Alajuela	1
Sucursal Heredia	-
Sucursal Pérez Zeledón	-
Sucursal Puntarenas	-
Sucursal Cartago	-
<b>Total</b>	<b>886</b>

---

<sup>1</sup> Véase anexo 1

## **1.7 Recopilación de los datos**

En la recopilación de datos se utilizan cinco medios para que el usuario presente su denuncia, queja, consulta, recomendación y agradecimiento; los cuales se citan seguidamente:

### **a-Buzones de sugerencias**

Los buzones para sugerencias están localizados en diferentes áreas de mayor afluencia de público del edificio principal y del Cementerio General, lo cual permite que clientes internos y externos manifiesten brevemente la inconformidad, consulta, recomendación y/o agradecimiento; asimismo se le solicita al interesado indicar su nombre, número de cédula, número telefónico y lugar para notificaciones.

### **b- Atención personalizada**

El usuario tiene una comunicación directa (cara a cara), con el personal de la Contraloría de Servicios; asimismo para cada caso recibido se mantiene un expediente físico, el cual contiene toda la documentación donde constan las gestiones realizadas por esta dependencia e igualmente los clientes deben indicar sus calidades y firmar el documento.

### **c- Sistema de registro de atención al usuario (Consola Corporativa)**

Sistema de registro de atención al usuario es un registro de casos recibidos, referentes a quejas y consultas, mismas que son resueltas en forma inmediata por esta Contraloría de Servicios, en dicho registro se anota la fecha, el nombre del usuario, número de cédula, asunto del problema o consulta, número telefónico, columna de queja o consultas, casilla de resultados de la gestión y fecha en que la inconformidad o gestión fue resuelta.

### **d- Acceso desde Internet e intranet**

Este sistema permite el ingreso de quejas, consultas, sugerencias y agradecimientos del público externo mediante el uso del correo electrónico, [contraloría\\_servicios@jps.go.cr](mailto:contraloría_servicios@jps.go.cr).

Es importante destacar que la Contraloría de Servicios cuenta con un espacio dentro de la Web de la Junta de Protección Social, donde los clientes también pueden presentar sus inconformidades y/o sugerencias.

## e- Formulario de inconformidades en la Sucursal de Cartago y Alajuela

Se diseñó un formulario para las sucursales, con el fin de que mantengan controles e informen sobre las quejas, consultas, sugerencias y agradecimientos que se reciben en esa dependencia desconcentrada, permitiendo a esta Contraloría de Servicios fiscalizar la oportuna atención de inconformidades. Asimismo se programa una visita bimensual, con el objetivo de observar los servicios que se brindan, mientras se coordina con el encargado de cada sucursal para dar la capacitación y autorización del sistema de inconformidades de Contraloría de Servicios.

### 1.8- Elaboración y aplicación de instrumentos

Atendiendo el procedimiento establecido para el funcionamiento de la Contraloría de Servicios<sup>2</sup>, las gestiones son remitidas a las jefaturas de las áreas en las que se presenta la inconformidad, sugerencia y agradecimiento por el servicio, con el fin que se realice el estudio respectivo, se analicen las recomendaciones, se establezcan las acciones de mejora requeridas e informen a esta Contraloría de Servicios.

## APARTADO II

### 2 Estadísticas de Resultados Obtenidos

#### 2.1 Clientes atendidos

**Cuadro 1**  
**TIPO DE CLIENTE ATENDIDO**  
**Enero a marzo, 2014**

Tipo de cliente...	Enero		Febrero		Marzo		Total	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
Externo Público	147	63	209	85	206	51	562	63
Externo Adjudicatario	88	37	37	15	49	49	324	37
Interno	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>100</b>	<b>246</b>	<b>100</b>	<b>405</b>	<b>100</b>	<b>886</b>	<b>100</b>

Fuente: Contraloría de Servicios

Durante el primer trimestre del año 2014, el 100% de las gestiones recibidas por la Contraloría de Servicios corresponden a clientes externos (público y vendedores),

No se recibieron inconformidades por parte de clientes internos (funcionarios de la Junta de Protección Social).

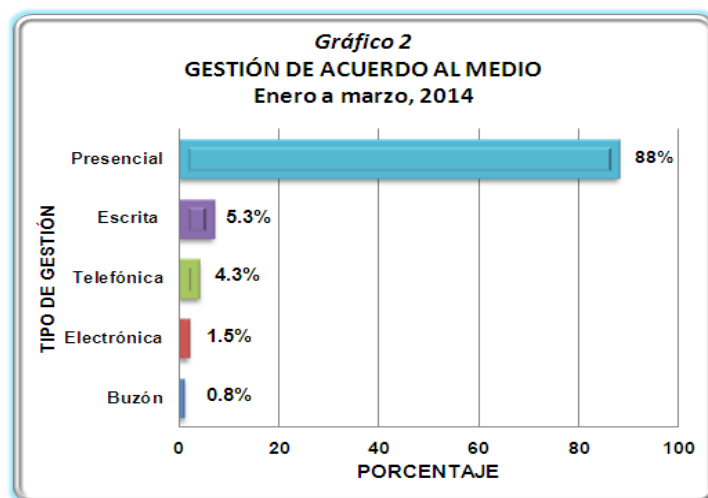
<sup>2</sup> Ley N°. 9158, Capítulo II, Sección III, Artículo 14, inciso 11).

## 2.2 Cantidad de gestiones, por medio utilizado

**CUADRO 2**  
**GESTIONES DE ACUERDO AL MEDIO**  
**Enero a marzo de 2014**

Meses	Enero		Febrero		Marzo		Total	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
<b>Gestión de acuerdo al medio</b>								
Atención personalizada	217	92	223	91	340	84	780	88.0
Correo Electrónico	2	1	4	2	7	2	13	1.5
Escrita	12	5	13	5	22	5	47	5.3
Telefónica	4	2	2	1	33	8	39	4.4
Buzones	-	-	4	2	3	1	7	0.8
Formulario Sucursal	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>100</b>	<b>246</b>	<b>100</b>	<b>405</b>	<b>100</b>	<b>886</b>	<b>100</b>

Fuente: Contraloría de Servicios



Considerando el medio utilizado para presentar quejas, denuncias, consultas sugerencias y agradecimientos, podemos señalar que:

1. Un 88% de los clientes, se apersonaron a las oficinas centrales de la Junta de Protección Social, a presentar su inconformidad o consulta, las cuales fueron oportunamente atendidas.
2. Un 5.3% utilizó el medio escrito presencial.
3. Un 4.3% recurrió a la vía telefónica.
4. Un 1.5% requirió al correo electrónico.
5. Un 0.8% acogió el buzón institucional (Véase gráfico 2)



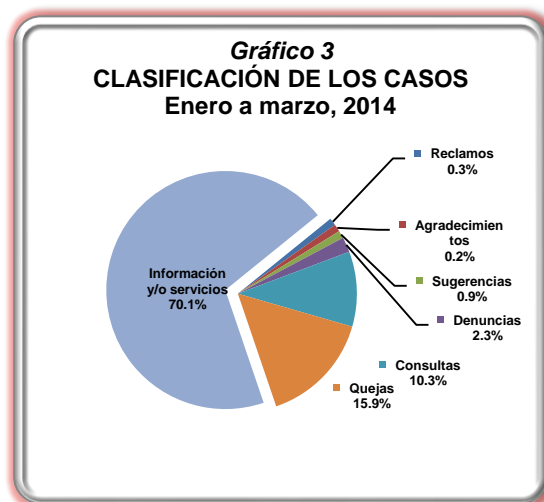
## 2.3 Clasificación de los casos atendidos

Los casos atendidos se han clasificado en quejas, consultas, denuncias, sugerencias, servicios y agradecimientos en la cantidad y porcentajes que se muestran seguidamente:

**Cuadro 3**  
**CLASIFICACIÓN DE LOS CASOS**  
**Enero a marzo, 2014**

Clasificación...	ABS	%
Quejas	141	15.9
Reclamos	3	0.3
Consultas	91	10.3
Denuncias	20	2.3
Sugerencias	8	0.9
Información y/o servicios	621	70.1
Agradecimientos	2	0.2
<b>Total</b>	<b>886</b>	<b>100</b>

Fuente: Contraloría de Servicios



## 2.4 Unidades organizacionales, consultas e inconformidades

A continuación, se presenta un resumen de la información recopilada en relación con las principales unidades organizacionales que originan consultas de los usuarios externos.

### a) Unidades organizativas que generan consultas

**Cuadro 4**  
**PRINCIPALES UNIDADES ORGANIZACIONALES**  
**QUE ORIGINAN CONSULTAS**  
**Enero a marzo 2014**

Unidades Organizacionales...	ABS	Porcentaje
Administración de Loterías	80	88
Mercadeo	6	7
Gerencia de Operaciones	2	2
Supervisión de Ventas de Loterías	1	1
Gerencia de Producción & Comercialización	1	1
Tecnología de la Información	1	1
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100</b>

**Observaciones:** Según los datos obtenidos en los registros de consultas de la Contraloría de Servicios y como se muestran en el cuadro 4, el mayor porcentaje de consultas son referentes a los servicios que brindan las siguientes áreas administrativas:

- i. El porcentaje de consultas de los servicios que brinda el Administración de Loterías es de 88%, las cuales se concentran principalmente en la cantidad de excedente asignado a los adjudicatarios en los sorteos ordinarios y extraordinarios de Lotería Popular y Nacional; así como solicitud de información respecto al lugar donde se pueden adquirir diferentes series.
- ii. El **7%** de las consultas fueron originadas en el Departamento de Mercadeo, en relación con:
  - a. Vendedores de lotería y clientes consultan sobre los premios de ¢50.000,00 (Raspa Mundialista), mismos que aparecen en el área de raspado de la Lotería Instantánea y no al reverso del tiquete, donde se detalla el plan de premios.
  - b. Compradores de la Lotería Nacional consultaron e indicaron que la Lotería Popular (Chances), tiene un precio menor por entero, el cual paga mejor el segundo y tercer premio que la Lotería Nacional, por qué razones la Junta no ve esta diferencia.
- iii. Con respecto al restante porcentaje, los clientes externos realizaron sus consultas sobre:
  - a. En qué área de la página web-institucional aparece la dinámica de los juegos electrónicos.
  - b. Vendedora de lotería de la zona de Guanacaste desea saber la posible fecha de apertura de la Sucursal de Liberia.

## 2.5 Unidades organizacionales que generan inconformidades

**Cuadro 5**  
**CANTIDAD DE INCONFORMIDADES POR ÁREA**  
**ADMINISTRATIVA DE ATENCIÓN**  
**Enero a marzo 2014**

<b>Unidades Organizacionales...</b>	<b>ABS</b>	<b>Porcentaje</b>
Plataforma de Servicios San José	78	55.3
Mercadeo	23	16.3
Administración de Loterías	14	9.9
Gerencia de Operaciones	6	4.3
Gerencia de Producción & Comercialización	5	3.5
Tecnología de la Información	5	3.5
Asesoría Jurídica	4	2.8
Supervisión de Ventas de Loterías	1	0.7
Sorteos	1	0.7
Seguridad & Vigilancia	1	0.7
Sucursal de Alajuela	1	0.7
Servicios Administrativos	1	0.7
Administración de Cementerios	1	0.7
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100</b>

### **Observaciones:**

- Según los datos del cuadro número cinco, la distribución porcentual de inconformidades expresadas por los usuarios externos según áreas administrativas son:
  - i. El **55.3%** de las inconformidades están relacionadas con:
    - La entrega de productos a los vendedores de lotería los lunes de cada semana (*primer trimestre de 2014*), concerniente al servicio que se brinda en las cajas de sello de los depósitos y la entrega de las loterías tradicionales en oficinas centrales, donde los vendedores tienen que esperar más de dos horas para poder retirar los productos (este caso corresponde a la entrega de las loterías tradicionales para sorteos ordinarios y extraordinarios).
    - Puestos autorizados por la Junta de Protección Social que condicionan la venta a los clientes, cuando se presentan a cambiar un premio de las loterías tradicionales.

- ii. El segundo mayor porcentaje de las inconformidades se vincula con el Departamento de Mercado, donde un 13.3%, corresponden al servicio que brindan los Puntos Max de la empresa proveedora de lotería electrónica GTECH, donde los clientes tienen que enfrentarse a las siguientes situaciones:
- Puntos Max que no cuentan con dinero para cambiar premios o le indican al cliente que pase al día siguiente para ver si tienen dinero y en algunas situaciones los envían a la JPS.
  - Clientes que han realizado apuestas en diferentes Puntos Max y obtienen algún premio, quienes se presentan algún establecimiento Max y éste le informa a los usuarios que tienen un monto asignado para el cambio de premios o le indican que la apuesta fue realizada en otro Punto Max y que debe presentarse al mismo punto donde la adquirió, y finalmente que se presente a la Junta de Protección Social para hacer efectivo su premio.
  - Clientes que manifiestan la inconformidad en relación con el Juego de la Lotería Instantánea, “La Raspa Mundialista” aparecen premios de \$50.000,00 en el área de raspado y cuando el cliente revisa el plan de premios en el reverso, área de reglamento, no indican estos premios creando confusión en el juego.
  - Clientes que no entienden las razones del por qué en el juego de los Mega Chances, no se paga el premio mayor de la serie inicial y la terminación, en virtud de que el reverso del entero no indica esta regla, creando inconformidad en el público que adquiere el producto.
- iii. un **9.9%** de las inconformidades se vinculan con la Administración de Loterías, referentes a:
- Fondo Mutual manifiesta que no pueden entregar el dinero a los vendedores de lotería, ya que aunque el mismo haya pedido lo cancelen en el sistema en la JPS, éste aparece activo, lo cual imposibilita la tramitación requerida por el vendedor. Esto ocasiona que esperen hasta 15 días después de la solicitud realizada.

iv. Otras inconformidades que señalaron los clientes:

- Programas de juegos de azar que se transmiten en canal 9 y 42, en los cuales ofrecen premios en efectivo, donde el cliente debe realizar una llamada vía telefónica o enviar mensajes de texto con la respuesta; asimismo, los participantes son atendidos por una operadora quien les indica que ya se encuentran participando y se les cobra un alto porcentaje por la llamada o mensajes de texto. Cabe destacar que las denuncias fueron trasladadas a la Asesoría Jurídica para su atención y se encuentran pendientes de respuesta.
- Vendedores de loterías que consideran que los juegos electrónicos están perjudicando la venta de las loterías tradicionales.

## 2.7 DENUNCIAS

**Cuadro 6**  
**CONTRALORÍA DE SERVICIOS**  
**DENUNCIAS**  
**Enero a marzo, 2014**

<b>Denuncias</b>	<b>ABS</b>	<b>%</b>
• Vendedores de lotería especulan y condicionan la venta de lotería a los clientes.	10	50
• Vendedores de lotería venden lotería tradicional y entregan al cliente billetes de moneda falsos.	4	20
• Puestos de venta de Lotería utilizan la imagen institución de la Junta de Protección Social, para vender lotería tradicional y también lotería clandestina, entre otros.	3	15
• Vendedores de lotería venden Lotería Nacional y Chances falsificada a los clientes.	2	10
• Vendedor de lotería vende enteros Nacional a gallo tapado y le entrega al cliente menos fracciones.	1	5
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Observación:** Las denuncias fueron remitidas al Departamento de Inspectores de Lotería, para su respectiva atención.

## 2.8 OTROS SERVICIOS QUE BRINDA LA CONTRALORÍA DE SERVICIOS A LOS USUARIOS.

**CUADRO 7**  
**OTROS SERVICIOS BRINDADOS POR**  
**LA CONTRALORÍA DE SERVICIOS**  
**Enero a marzo 2014**

<b>Principales ayudas...</b>	<b>ABS</b>	<b>Porcentaje</b>
Activación de la diferentes loterías para participar en la Rueda de la Fortuna adultos mayores. (*)	620	99.3
Vendedor que solicitó ayuda, en virtud de que en el Despacho de Loterías sólo le entregan su cuota la serie triple cero y la mayoría de los clientes no les gusta comprar esa serie	1	0.2
<b>Total</b>	<b>621</b>	<b>100</b>

Observación (\*):

Es importante destacar que en el primer trimestre de 2014, la Contraloría brindó el servicio de activación para la Lotería Nacional, Lotería Popular (Chances) y Lotería Instantánea a los adultos mayores en forma personalizada (620 personas atendidas en activaciones para un promedio mensual de 203.6), quienes manifestaron que es difícil entender las instrucciones que se indican por vía telefónica e igualmente para la navegación en la ruta internet [www.jps.go.cr](http://www.jps.go.cr). Por consiguiente esta población meta prefiere presentarse a la institución y solicitar este tipo servicio o ayuda, con el propósito de no molestar a familiares o amigos.

## 2.9 SUGERENCIAS

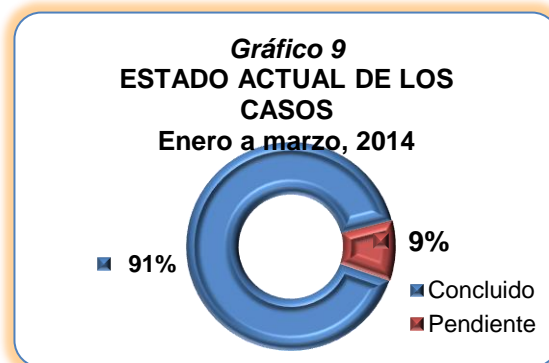
**Cuadro 8**  
**SUGERENCIAS EXTERNADAS POR EL PÚBLICO**  
**Enero a marzo, 2014**

<b>Sugerencia...</b>	<b>ABS</b>	<b>%</b>
- Los vendedores consideran que hay una gran cantidad de sorteos de lotería electrónica, es decir todos los días; por lo tanto se valore la posibilidad de eliminar o regular algunos sorteos electrónicos; en virtud de que los consumidores regulares deciden jugar la lotería electrónica y sí les queda algo de dinero compran en fracciones de Chances o Lotería.	2	25
- Consumidores consideran que la JPS debe motivar a los consumidores jóvenes, actualmente la mayoría de los compradores tienen un promedio de 40 años en adelante; por tanto se debe incentivar también a los jóvenes ofreciendo premios de acuerdo con las nuevas tecnologías tales como: autos, cuadraciclos, computadoras, celulares con sistema de prepago, tablas, entre otros las cuales se pueden agregar en los planes de premios de los Chances y Lotería con conceptos atractivos para esta población, en virtud de que los jóvenes, son los futuros compradores de las loterías tradicionales.	1	12.5
- La mayoría de los vendedores de lotería son de bajos recursos, por consiguiente solicitar valorar la posibilidad de que al retirar la cuota de las Lotería Popular (Chances), los adjudicatarios sólo puedan retirar lo asignado los martes de cada semana y se dé tiempo hasta el jueves para retirar lo correspondiente al viernes y sí es posible, sólo puedan retirar 50 enteros, en tiras de cinco.	1	12.5
- Sería de utilidad sí la Junta de Protección Social proporcionara mayor información a los puestos autorizados, para que los clientes no se molesten, ya que a veces quieren que se paguen premios que no existen por esta falta de información, con esto el puesto se puede respaldar de mejor forma al respecto. Cuando se recibió la capacitación de las Loterías Electrónicas se nos habló de millones destinados a la publicidad para que los consumidores estuvieran informados y hoy en día existe una desinformación total.	1	12.5
- En las publicaciones que realiza la JPS en los medios de comunicación colectiva sobre las ayudas económicas que da a las instituciones privadas y públicas, nunca se ha mencionado a los vendedores de lotería por su ayuda, quienes son la fuerza de ventas de ésta noble institución y deberían ser mencionados.	1	12.5
- En relación con las capacitaciones que se dieron a los vendedores de loterías en las diferente sucursales, sobre los Mega-Chances, entre otros temas de interés, que el vendedor reciba el material con anterioridad, con el propósito de llevar propuestas y analizarlas con antelación.	1	12.5
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100</b>

## 2.10 ESTADO ACTUAL DE LOS CASOS

**Cuadro 9.**  
**ESTADO ACTUAL DE LOS CASOS**  
**Enero a marzo, 2014**

<i>Estado actual...</i>	<i>ABS</i>	<i>%</i>
Concluido	804	91
Pendiente	82	9
<b>Total</b>	<b>886</b>	<b>100</b>



Según se puede observar en el cuadro y gráfico siete, del total de casos atendidos:

- Un 91% se encuentran en estado concluido, lo cual significa que la Contraloría de Servicios dio por finiquitado el trámite y atención del caso.
- Un 9% de las gestiones que se encuentran pendientes por parte de las unidades y/o departamentos administrativos, se debe a diversas razones entre las cuales están:
  - Trámites internos dentro de esas áreas,
  - Falta de presupuesto,
  - Consultas a otras dependencias, entre otros. (Véase cuadro 5)

## 2.11 AGRADECIMIENTOS

**Cuadro 10**  
**AGRADECIMIENTOS EXTERNADOS POR EL PÚBLICO**  
**Enero a marzo, 2014**

<i>Agradecimientos...</i>	<i>ABS</i>	<i>%</i>
El adjudicatario Gerardo Chacon Mora felicita al área o departamento encargado, en preparar un plan de premios atractivo, como lo fue el correspondiente al sorteo No. 4272, del domingo 26 de enero, 2014, con el cual se benefician los vendedores y la institución.	1	50
La adjudicataria Maribel Gutiérrez Morales felicitó a la institución por el apoyo brindado a los vendedores de la zona de Pérez Zeledón y por la capacitación brindada por el Departamento de Tesorería, Loterías y la Contraloría de Servicios, sobre los temas: Mega-Chances, financiamiento a los vendedores y servicio al cliente.	1	50
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100</b>



## II PARTE

### CONSIDERACIONES

#### **3.1 Conclusiones**

Las gestiones atendidas por la Contraloría de Servicios durante los meses de enero a marzo de 2014 y que son expuestas en el presente informe, ascienden a **886** casos en total, de los cuales a 780 se les brindó atención personalizada inmediata, 47 gestiones escritas, 39 trámites telefónicos, 21 personas utilizaron el medio electrónico y 7 personas emplearon el buzón.

- I. Del total de gestiones recibidas, 804 se encuentran en estado atendido, esto quiere decir que esta Contraloría dio por finiquitado el trámite y resolución del caso por parte de la administración activa. Las gestiones que a la fecha se encuentran en proceso de resolución en este primer trimestre del 2014, suman un total de 82; atienden a varias razones que se mencionan seguidamente:
  - a) Carencia de recurso humano.
  - b) Falta de presupuesto para implementar mejoras.
  - c) Trámites y consultas de índole legal, para fundamentar las respuestas que se brinden a los clientes.
  - d) Valoración de procedimientos por parte de la administración activa.

Es importante resaltar que durante el primer trimestre del 2014, el buzón ubicado en la sucursal de Cartago no fue un medio utilizado por los clientes para presentar sus sugerencias o gestiones, con relación a las otras sucursales se está coordinando la respectiva adquisición de los buzones.

#### **II. Los servicios o ayudas brindadas a los clientes por parte de la Contraloría se refieren a:**

- a. Activaciones para participar en la Rueda de la Fortuna, a clientes adultos mayores y personas con discapacidad.

**III. Del total de casos atendidos, 141 se refieren a quejas presentadas por clientes vendedores de lotería y público en general, correspondiendo en su mayoría a:**

- a) Inconformidades por parte de los vendedores de lotería en virtud de que el día lunes en la mañana, no se cuenta con suficientes cajeros para que atiendan el servicio de entrega de producto en forma expedita.
- b) Puestos que utilizan la imagen institución de la JPS, venden lotería tradicional, cobran comisión por cambio de premios y venden lotería clandestina, entre otros, causando una mala imagen institucional.
- c) Inconformidades con los Puntos Max relacionadas con el cambio de premios digitales de otros puestos, o en virtud de que no cuentan con efectivo para el respectivo pago; por lo que los clientes deben acudir a varios puestos y en algunos casos son remitidos directamente a las oficinas de la Junta de Protección Social, donde lamentablemente no se cambian ese tipo de premios; lo cual ocasiona inconformidades en los clientes y deteriora la imagen institucional.
- d) Inconformidades con el plan de premios de la Lotería Instantánea, “La Raspa Mundialista“, por cuanto aparecen premios de ¢50.000,00 en el área de raspado y cuando el cliente revisa el plan de premios en el reverso, área de reglamento, los mismos no son contemplados, creando confusión en los clientes.
- e) Inconformidades con los sorteos de Lotería de Mega Chances, en virtud de que no se paga el premio mayor de la serie inicial y la terminación.
- f) Vendedores de loterías que han presentado su renuncia a su cuota deben esperar un lapso de dos a tres meses para que FOMUVEL les entregue la liquidación, en virtud de que aunque Administración de Loterías indica por medio de oficio que su cuota fue cancelada, el Fondo Mutual dice a los vendedores que según sistema enlazado con la JPS aparecen como activos e igualmente con la Superintendencia de Pensiones (SUPEN).
- g) Otras inconformidades manifestadas por clientes:

- i. Programas que transmite canal 9 y 42, en los cuales se ofrecen premios en efectivo, por la realización de una llamada telefónica o envío de mensaje de texto, en la cual los participantes son atendidos por una operadora quien les indica que ya se encuentran participando y se les cobra un alto porcentaje por la llamada y mensajes de texto. Cabe destacar que las denuncias fueron trasladadas a la Asesoría Jurídica para su atención y se encuentra pendiente de respuesta..
- ii. Vendedores de loterías que consideran que los juegos electrónicos están afectando la venta de las loterías tradicionales.

***IV Las consultas o solicitudes recibidas y atendidas, corresponden en su mayoría a:***

- a) Cantidad de excedente asignado a los vendedores para los sorteos extraordinarios de Lotería Nacional y Popular (Día del Amor y la Amistad, Día de San José y Mega Chances).
- b) Consumidores que desean saber en qué lugares del país podrían comprar diferentes series de los sorteos extraordinarios, específicamente en la Lotería Nacional.
- c) Otras consultas:
  - i. Vendedores de lotería y clientes han consultado sobre los premios de ¢50.000,00 (Raspa Mundialista), la cual aparecen en el área de raspado de la Lotería Instantánea y no al reverso del ticket, donde se detalla el plan de premios no explica la mecánica.
  - ii. Compradores de la Lotería Nacional indicaron que la Lotería Popular (Chances) tiene un precio menor, que paga mejor el segundo y tercer premio que la Lotería Nacional.
  - iii. Información sobre requisitos para trámites en la Junta de Protección Social.

- iv. Información publicada en la página web-institucional referente a la dinámica de los juegos electrónicos, reglamentos, calendarios de sorteos, etc.
- v. Información referente a la apertura de las sucursales.

Por último es importante indicar, que la mayoría de los aspectos señalados en el presente informe así como las sugerencias, son reiterativas por cuanto han sido expuestas en informes anteriores y oficios cursados con las diferentes áreas administrativas que brindan los servicios, en virtud de que no se han implementado las mejoras requeridas en la gestión.

### **3.2. Sugerencias**

#### **3.2.1 Externadas por los clientes:**

##### **Gerencia de Producción y Comercialización**

- a) Valorar la posibilidad que la Junta de Protección Social elimine o regule algunos sorteos electrónicos; ya que según los vendedores de lotería, los consumidores regulares deciden jugar la lotería electrónica y sí les queda algo de dinero compran en fracciones de Chances o Lotería.
- b) Valorar la posibilidad de que el departamento encargado la posibilidad de elaborar planes de premios para la población joven, en virtud de que, actualmente la mayoría de los compradores tienen un promedio de 40 años en adelante; lo anterior con el propósito de incentivar también a los jóvenes ofreciendo premios de acuerdo con las nuevas tecnologías tales como: autos, cuadracilos, computadoras, celulares con sistema de prepago, tablas, entre otros; las cuales se pueden agregar en los planes de premios de los Chances y Lotería con conceptos atractivos para esta población, en virtud de que los jóvenes son los futuros compradores de las loterías tradicionales.
- c) Analizar la posibilidad de que Junta de Protección Social publicite las loterías tradicionales con sus respectivas promociones, en virtud de que hay puestos autorizados donde muchas veces los clientes se molestan, porque reclaman premios que no contempla el plan del sorteo.

## **Gerencia de Operaciones:**

- d) Valorar la viabilidad de que los vendedores de lotería de bajos recursos puedan retirar la cuota de Lotería Popular (Chances) los martes de cada semana y se dé tiempo hasta el jueves para retirar lo del viernes.
- e) Valorar la posibilidad que en las publicaciones que realiza la JPS en los medios de comunicación colectiva; sobre las ayudas económicas que se otorgan a las organizaciones no gubernamentales que atienden programas sociales, se haga mención a los vendedores de lotería por su ayuda, quienes son la fuerza de ventas de ésta noble institución.
- f) Valorar la posibilidad de que las próximas capacitaciones dirigidas los vendedores de loterías en las diferentes sucursales, el vendedor reciba el material con anterioridad, con el propósito de que presente sus propuestas.

### **3.2.2. Sugerencias de la Contraloría de Servicios**

#### **Gerencia de Producción y Comercialización**

- a) Valorar la posibilidad de implementar estrategias de información para el consumidor, acerca de los dinámicas de los juegos de Lotería Instantánea que salgan al mercado; tales como: disponibilidad de información en los comerciales donde se vende el producto; además de contar con producciones audiovisuales en la Web Institucional, ya que con esto se le podría proporcionar al cliente una herramienta alternativa para aclarar las dudas que se le presenten.

#### **Gerencia de Operaciones**

- b) Valorar la posibilidad de diseñar un desplegable (brochure), donde se le indique a los vendedores de lotería según Artículo N° 3 Y N° 10 y socios de cooperativa: el lapso del proceso de renuncia a su cuota y que cuando el vendedor recibe la nota de cancelación por parte de Administración de Loterías se le indique que fue sacado del sistema.

- i. Nota importante cuando el vendedor entregue a Administración de Loterías su nota de renuncia, esta área le indica el lapso para que pueda retirar y entregar la devolución.
- c) Valorar la viabilidad que los cambios de premios de la loterías electrónicas puedan hacerse efectivos :
- i. En las sucursales y oficinas centrales, en virtud de la dificultad que tienen los clientes para hacer efectivos sus premios en Puntos Max, por cuanto manifiestan que no cuenta con dinero para el cambio de premios, y a pesar de que la Lotería electrónica es un producto de la Junta de Protección Social, esta última tampoco atiende el pago de premios, ocasionando disconformidad y desconfianza, afectando la venta de ese producto y la imagen institucional.
  - ii. Considerar la posibilidad de cada vez que se abra una agencia o sucursal, se tenga cerca un Punto Max o en las mismas instalaciones se cuente con un centro para cambio y venta de este producto, como es el caso de las oficinas centrales y el punto Max a cargo de la Asociación Solidarista de Empleados de la Junta de Protección Social. Cabe indicar que la posibilidad de implementar esta sugerencia fue planteada por los señores Jorge Villalobos Fonseca y Francisco Ibarra Arana en el año 2013; no obstante, a la fecha no se ha realizado ninguna gestión al respecto.

---

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

---

*Revisado y aprobado por*  
*Licda. Gina Ramirez Mora*  
**Contralora de Servicios**

## Apéndice

### Apéndice 1

**Cuadro 9.1**  
**GESTIONES PENDIENTES**  
Julio 2013 a marzo de 2014

Departamentos	Cantidad	Porcentaje	Detalles de las Gestiones
Plataforma de Servicios de San José	184	79	La entrega de productos a los vendedores de lotería los días lunes de cada semana, concerniente al sello de los depósitos y la entrega de las loterías tradicionales en oficinas centrales de la JPS, por cuanto los vendedores de lotería tienen que esperar hasta tres horas para poder adquirir sus productos.
Supervisión de Venta de Lotería	34	14.8	Vendedores de lotería que cobran sobre precio para los sorteos extraordinarios.  Puestos autorizados condicionan el cambio de premios (cambian premios si compran otra lotería),  Puestos autorizados que venden lotería clandestina
Gestión Social	2	0.8	Asociaciones que reciben ayudas de la JPS y éstas son utilizadas para otros fines.
Asesoría Legal	12	5	Juegos de azar que se transmiten en canal 9 y 42, en los cuales ofrecen premios en efectivo, donde el cliente debe realizar una llamada vía telefónica.
Tecnología de la Información	1	0.4	Problemas para activar las diferentes loterías para participar en el programa de la Rueda de la Fortuna por la Web-Institucional y las diferentes líneas telefónicas.
<b>TOTAL</b>	<b>233</b>	<b>100</b>	