



Informe N°CdS-02-2016

Red Social Facebook de la Junta de Protección Social

Contraloría de Servicios

Febrero, 2016

ÌNDICE

I Parte. Antecedentes	2
1. Redes Sociales	2
2. Medio de denuncias	2
3. Estrategias en Redes Sociales	3
4. Redes Sociales como medio influyente	3
5. Facebook de la Junta de Protección Social	4
II Parte. ANÁLISIS	5
III Parte. Conclusiones y Sugerencias	11
Conclusiones	11
Sugerencias	11

I Parte: Antecedentes

1- Redes Sociales:

Los medios de comunicación sociales o redes sociales son plataformas de comunicación en línea, donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información.

Las redes sociales han tenido un crecimiento exponencial, lo que las ha hecho un medio masivo de comunicación; los usuarios son expuestos a sus contenidos de manera voluntaria o no y en todo momento son partícipes, generadores y críticos.

2- Medio de denuncias:

Las redes sociales se convirtieron en el principal medio de denuncia de irregularidades cometidas por prestadores de servicios de algunas instituciones privadas y públicas.

Las denuncias sociales a través de estas redes, han concedido a los ciudadanos, foros abiertos, de apoyo o de identidad comunal; han dado pie a la generación de conciencia colectiva y a la colaboración.

Es entonces que han permitido lo que los otros medios masivos y controlados no han logrado en ningún momento; que la información se difunda sin filtros y que llegue a una cantidad importante de personas. Esto ha hecho de las redes sociales un medio democratizador del flujo de información; la cual es de gran ayuda como herramienta de denuncia.

La información fluye en tiempo real y es más difícil la manipulación de ella, así los usuarios hacen conciencia y deciden participar o no; la libertad, el valor ético y moral lo deciden los usuarios sin tener que lidiar con la información manipulada de los medios tradicionales y sus fines políticos o comerciales.

Las redes sociales se han convertido en un espacio de participación social activa; este término hace referencia a la opinión, discusión, análisis, y formulación de debate sobre las temáticas en cuestión y que de ésta forma gracias a la tecnología se propaguen ideas para que cada lector forme un argumento propio.

3- Estrategias en Redes Sociales:

Para asegurar una imagen de marca en forma clara, coherente y positiva en redes sociales, es fundamental contar con una guía que norme las comunicaciones de la empresa en este medio.

Las empresas pueden comunicarse con sus clientes de forma abierta; esto representa una oportunidad de interacción cercana con el mercado meta y comunicación directa e inmediata con cada persona. Sin embargo, también significa un desafío, ya que al tratarse de un canal público, la imagen de marca se ve afectada por cada una de las publicaciones.

Si no se logra gestionar de manera eficiente la comunicación en redes sociales, se puede generar una crisis que dañe la marca y los productos de forma irreversible; es decir, afecta directamente la imagen institucional. Para evitar esto, es importante definir un protocolo de comunicación que establezca una forma de actuar y una identidad clara en esta red social.

El objetivo de un protocolo es conceptualizar la manera de comunicar y cómo promover la conversación entre los distintos grupos de usuarios y la marca.

4- Redes Sociales como medio influyente:

La forma en que los usuarios de redes sociales influyen en las decisiones de compra de otros, a partir de sus comentarios, es el motivo más importante para hacer marketing de la empresa a través de las redes sociales. Sin embargo, según estudios realizados por la empresa británica Convergys Corporation¹, indicó que hasta un 30% de clientes potenciales, pueden dejar de consumir los servicios de una determinada empresa debido a una percepción negativa de la empresa en redes sociales.

Fuente de Información: ¹ <http://www.pymesyaautonomos.com/marketing-y-comercial/redes-sociales-y-comentarios-negativos-hacia-la-empresa> [10-02-2016]

5- Facebook de la Junta de Protección Social:

La red social Facebook ² de la Junta de Protección Social (Oficial), inició en el año 2012, antecedido por un “Fan Page” en esta red denominado Loterito; la cual fue administrada por el Departamento de Mercadeo.

El nuevo sitio oficial pasó a ser administrado por Comunicación y Relaciones Públicas; debido a una contratación externa permitió ser conducido por un “Community Manager”, no obstante a partir del mes de noviembre del 2015 el chat es moderado por esa unidad asesora nuevamente, por la no renovación del contrato a esta persona.

Fuente de Información: ² <https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook> [09-02-2016]

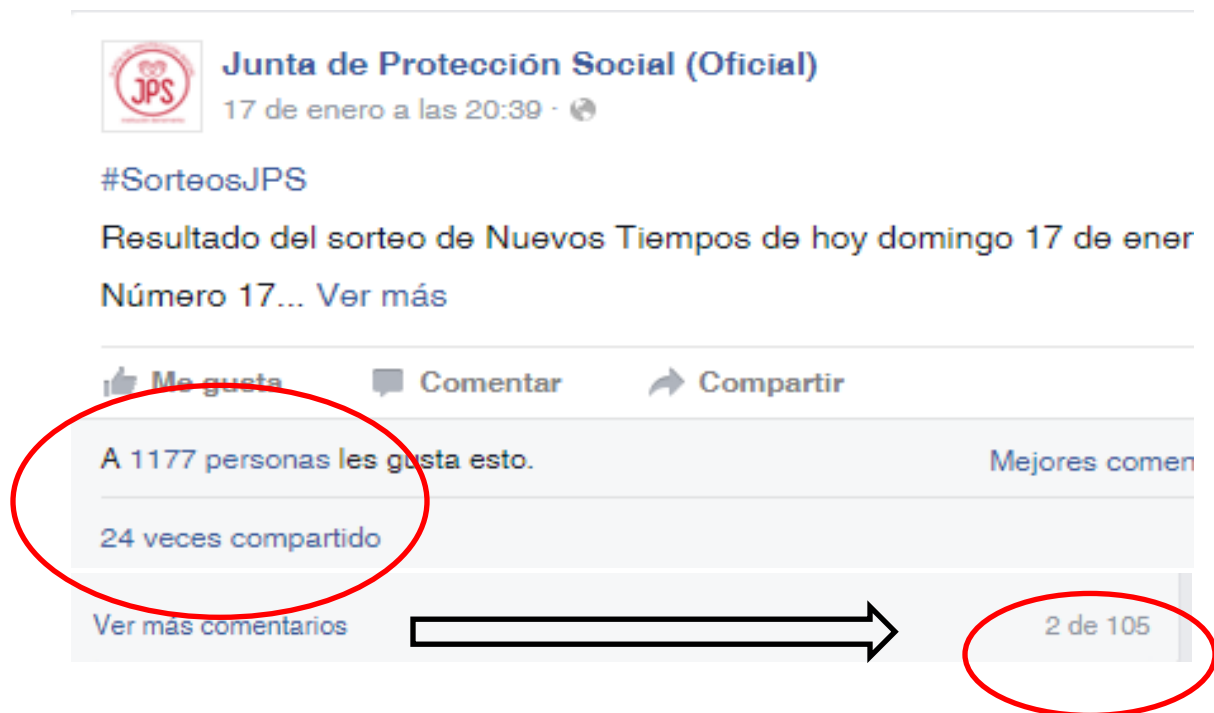
II Parte: Análisis



El sitio oficial de la institución en la red social Facebook cuenta con más de 324.235 seguidores que reciben la información de cada publicación que se realiza.

Esta red social permite a la institución publicar diversa información, desde los números ganadores de los sorteos, listas de ganadores, noticias, información general, donaciones, promociones, entre otras.

Cada publicación realizada genera gran participación de los seguidores, por ejemplo:



Debido a la gran cantidad de usuarios y personas que interactúan en el Facebook institucional, es importante que a cada publicación que se realice, se le dé seguimiento especial a los comentarios que se generen de los participantes.

Si la institución responde prontamente, hará sentir al usuario que se interesa realmente en él. Si se identifica a un usuario insatisfecho por el tono y el contenido de sus comentarios se necesita brindarle una pronta respuesta.

Algunos de estos comentarios en la página oficial de la Junta de Protección Social, son de carácter positivo, otros de ellos compartiendo sus anécdotas, sus “agüizotes” y algunos otros comentarios son negativos, que tienen como propósito desprestigiar la imagen de la institución y la credibilidad de los mismos seguidores.

Algunos Comentarios:

✓ Positivos



Roxana Brenes Muy bueno, bendiciones

Me gusta · Responder · 1 · 18 de enero a las 15:23



Say Mireidy Vargas Ruiz Hoola¡un saludo para la junta y que bien que continúen ayudando.¡



Grace Otárola Solano Gracias por infomanos el resultado de la loteria chances y de los tiempos

Me gusta · Responder · 1 · 18 de enero a las 13:45

✓ Agüizotes



Daniel Eduardo Martin BUENAS AMIGOS. Les propongo algo para probar suerte. Que tal si abrimos un grupo de wasap donde compartamos nuestra suerte, agüizotes. Hay gente que está segura a veces de que número va a salir, como el agüizote de Navas con el 13. Así podemos elegi... [Ver más](#)

✓ Sugerencias



Michael Estrada Obando Con la plata q recaudan con el lotto deberían de subir los premios con 2 números por lo menos 3000 con 3 10000 y con 4 150000 cuesta demasiado pegar ademas minimo se ganan por sorteo unos 500 millones sería lo más justo para todos



Gaby Lopez Mejor hicieran un extraordinario de "la cuesta de enero" y donaran en Centros Educativos de bajos recursos material didáctico para q muchos niños se beneficien.. Simple comentario y ojala q el o la q pegue haga la caridad y ayude aunq sea a un menor para hacer valer el lema de "entrada a clases" ..

Me gusta · Responder · 3 · 18 de enero a las 15:32

✓ Consultas



Marlene Berrocal Zuñiga Eh buscado en Liberia los tiempos impresos y me dicen que no lo venden en puestos oficiales de la junta los busco y nada donde puedo encontrarlos en Liberia



Rita Castro Sibaja Disculpe en tiempos de la junta apuntados no pagan el tercero, q alguien me diga xfa

Me gusta · Responder · 1 · 19 de enero a las 20:05



Ricardo Tenorio Avila En tiempos. Solo el primero paga

Me gusta · Responder · 19 de enero a las 20:13



Yvonne Helga Cavero Blumenfeld ni el segundo ni el etrcero..jj

Me gusta · Responder · 1 · 19 de enero a las 20:50

✓ Quejas



Maycol G. Viquez Esto de nada sirve ya q la mayoría de los chanceros solo vende el entero de tiempos y no los pedazos q uno quiera jugat



Manuel Navarro Flores Los vendedores solo venden el entero, ahora salen ustedes con esta "promoción" recibiendo (también) solo enteros, la verdad nada que ver; un producto que SOLO compete con los chances, con la ventaja de NO dar premios millonarios, deberían eliminarlos, ahorrarían grandes cantidades de papel de algo que es casi igual a la lotería digital.

Me gusta · Responder · 10 h



Maria Chavez Medina Hola buena noche xque en cartago en los puesto de chance o loteria no venden tiempo impreso solo nuevos tiempo



Sonia Mendez Si se llama al # 25216005 para las raspas porque todo el tiempo esta ocupado a que otro # se puede llamar



Reyna Rosales Hola buenas tarde quiero saber que si ya sacaron a los ganadores de los premio de un millon de la navidena.

Me gusta · Responder · 18 de enero a las 17:26

✓ **Negativos**

Los comentarios negativos son la mayoría. *****



Donald Quesada Baltodano Cómo es electrónico ya la junta tiene antes del sorteo todas las variables numéricas. ... por lo tanto si las conoce puede manipularlo sacando una probabilidad que no se haya dado... lo insinuó porque el sorteo no lo vemos! !!!

Me gusta · Responder · 7 · 18 h · Editado



Laura Garcia Bonilla eso es matemático obvio pasan listas antes para ver q número no le pusieron o muy poco y saben q es el ganador ganancia para ellos y chinitos colombianos con la ayuda de todo los puestos q hay en cada 50 metros en todo el país q vamos corriendo a apuntar jajaja ante cualquier cosa primero a apuntar cm locos y si podemos vamos a varios x aquello de la suerte y x la sal de otros

Me gusta · Responder · 1 · 17 h



Vanessa Gonzalez Si en algo no creo es en la lotto.

Me gusta · Responder · 16 h



William Vargas Esto le deveria dar verguenza a la junta estar estafando de esa manera en que esta Greivin Moya que no investiga esto que hace la junta lo que susedio con el 22 no tiene nombre y hacen lo mismo con dl 31 que no a salido en todo el año ladronesssss

Me gusta · Responder · 15 h



Javier Solórzano Corrales Tanta bulla para seguir en lo mismo, mientras las bancas de tiempos clandestinos pagan 85 veces, y la JPS en vez de aplicar la ley de loterías guarda silencio



Negro Rodriguez Les encanta burlarse de nosotros, que bulgares, ustedes señores deberían estar en otras cosas!! Las loteria es para ayudar no para estafar ala gente!! Como es posible que el 10,31,75 y 65 ustedes no les de la gana sacarlas, manipuladores!!

Me gusta · Responder · 5 · 16 de enero a las 14:07



Amanda Solano Seas tonto ya es hora que echen algo bueno como el 07 15 24 para ver si pegamos sólo para el saco de ustedes jalan .. echenos un poquito a nosotros queremos nagar también

Me gusta · Responder · 5 · 16 de enero a las 13:02

✓ Errores

El miércoles 06 de enero del 2016, se observó un error en una de las publicaciones de los resultados de Lotto; en dicho comentario se indicó que dentro de los números ganadores en el sorteo se repetía el número 00 (doble cero).

Este juego no permite repetir números y la dinámica indica que los números participantes se deben elegir entre el 01 y el 35.



Junta de Protección Social (Oficial)

12 min ·

#SorteosJPS

Resultado del sorteo de Lotto de hoy miércoles 6 de enero.

Números 09-04-30-00-00

Suerte !!!



Me gusta



Comentar



Compartir

A 91 personas les gusta esto.

Este tipo de publicaciones erróneas provocan gran cantidad de reacciones negativas entre los clientes que desprestigian la imagen y transparencia de los sorteos. Por consiguiente, la persona que atiende redes sociales debe asegurarse que la información que pública sea obtenida de fuentes fidedignas.

Además se deben de crear plazos de revisión establecidos, que permitan visualizar errores y demás situaciones que se presenten en la red social como lo son las consultas, sugerencias e inconformidades.

¿Qué debe hacer la institución en caso de comentarios negativos?³

Se debe actuar en el menor tiempo posible ya que, evitar que estas críticas tengan lugar es imposible, porque todo el mundo tiene derecho a dar su opinión; pero sí se debe de reaccionar a tiempo a través de una buena respuesta y poder minimizar los efectos de una mala crítica.

Por ejemplo si un usuario critica la realización de un sorteo, se debe dar una respuesta práctica y sencilla como invitarle a asistir a la realización de uno de los sorteos; de esta manera no se entra en conflictos y se informa a las personas que el sorteo es público y se demuestra transparencia.

¿Se deben contestar todos los comentarios en Redes Sociales?

Si la institución recibe muchos comentarios en las diferentes redes sociales se deben atender todos. Aunque simplemente sea una respuesta para agradecer el comentario; pero es importante porque los usuarios van a notar el interés de la Junta de Protección Social hacia el usuario, lo cual va no solo a fidelizar al cliente sino también a aumentar su grado de confianza hacia la institución.

Fuente de Información: ³ <https://www.webmaster.com.do/que-hacer-con-los-comentarios-en-las-redes-sociales/>
[10-02-2016]

III Parte: Conclusiones y Sugerencias

Conclusiones:

Las redes sociales son medios de comunicación en línea que permiten la interacción entre las empresas y sus clientes o usuarios. Además son una herramienta que puede influir en la toma de decisiones del consumidor.

Debido a esta cercanía entre las partes, la comunicación que existe debe ser eficiente y eficaz, ya que al no dar un uso adecuado a la red social podría eventualmente ser un mecanismo adverso al interés e imagen institucional.

Por consiguiente, se puede concluir lo siguiente del Facebook de la Junta de Protección Social:

- a. Existe falta de comunicación entre las unidades responsables de la información y la persona encargada de las redes sociales, así como de conocimiento de las dinámicas de los juegos.
- b. La información que se genera en Facebook puede contener errores al no existir fuentes fidedignas.
- c. No se dan respuestas oportunas a las inconformidades y consultas que se presentan en la red social.
- d. No se emiten reportes para las unidades administrativas sobre comentarios, inconformidades y sugerencias que externan las personas que interactúan en este sitio de Facebook.

Sugerencias:

A Comunicación y Relaciones Públicas se le sugiere:

- a. Definir varios usuarios como encargados de la red social, permitiendo contar con un control continuo de la misma en caso de disfrute de permisos, vacaciones, capacitaciones y demás.
- b. Definir líneas de comunicación entre las unidades que generan la información y las personas encargadas de la red social.

- c. Crear plazos de revisión de la red social en caso de no contar con una persona dedicada al 100% a ella.
- d. Realizar las publicaciones especialmente de los sorteos en tiempo real. Para esta función se debe asignar al encargado por la Gerencia de Producción y Comercialización que fiscaliza el sorteo (al ser un tema de mercadeo), debido a que cuenta con la información oficial al momento de la realización del sorteo.
- e. Crear y definir un protocolo de comunicación, que permita lo siguiente:
 - I. Crear una línea editorial que defina como se transmitirán las publicaciones de la institución a través de sus contenidos. Las respuestas a los comentarios deben ser sencillas para no generar conflictos con los usuarios.
 - II. Utilizar un tipo de lenguaje que incluya un nivel sencillo que sea formal y respetuoso y de fácil comprensión.
 - III. Utilizar hashtags⁴ que identifiquen los productos y lo posicionen en el cliente, así como expresiones y emoticones que los estimulen. Por ejemplo al final de una publicación de un sorteo utilizar lo siguiente:

#Chances #Lotto #Rueda de la Fortuna #Tiempos
 - IV. Regular el vocabulario utilizado por los usuarios de la red; las groserías, bromas, siglas y términos técnicos no pueden interferir con el buen uso del nombre del producto, la marca y la imagen institucional.
 - V. Definir qué tipo de fotografías e ilustraciones se publicarán como parte de una estrategia debidamente preestablecida.
- f. Canalizar las consultas, inconformidades y demás comentarios con los departamentos que corresponda para su pronta atención e informar a la Contraloría de Servicios.

Fuente de Información: ⁴ <https://es.wikipedia.org/wiki/Hashtag> [09-02-2016]

- g. Realizar informes en períodos definidos donde se determinen los alcances que ha logrado la red social, como medio de comunicación entre los clientes y la institución.

Elaborado por
Lic. Adrián Vega Ortiz
Contraloría de Servicios

Revisado y aprobado por
Licda. Gina Ramírez Mora
Contralora de Servicios