



CdS-04 – 2015
Primer trimestre 2015

“Informe de quejas, reclamos, denuncias y
agradecimientos”

Junta de Protección Social
Contraloría de Servicios

Enero – marzo de 2015

Tabla de contenido

1	Metodología Aplicada	1
1.1	Introducción.....	1
1.2	Objetivo	1
1.3	Alcance	1
1.4	Tipo de Investigación	2
1.5	Población	2
1.6	Marco muestral	2
1.7	Recopilación de los datos	3
1.8	Elaboración y aplicación de los instrumentos.....	4
2	Estadísticas de Resultados Obtenidos	5
2.1	Clientes atendidos.....	5
2.2	Cantidad de gestiones, por medio utilizados.....	5
2.3	Clasificación de los casos atendidos.....	7
2.4	Unidades organizativas que generan consultas.....	7
2.5	Unidades organizacionales que generan Inconformidades.....	9
2.6	Denuncias	11
2.7	Sugerencias	12
2.8	Cantidad de servicios a los usuarios por esta Contraloría de Servicios. .	12
2.9	Agradecimientos	13
2.10	Reclamos	14
3	Consideraciones	15
3.1	<i>Conclusiones</i>	15
3.2	<i>Sugerencias de la Contraloría de Servicios</i>	17

Tabla, Cuadros y Gráficos

Tablas

Casos Recibidos	2
-----------------------	---

Cuadros y Gráficos

Tipo de cliente atendido	5
Gestiones de acuerdo al medio	5
Clasificación de los casos atendidos.....	7
Principales unidades organizacionales (Consulta).....	7
Principales unidades organizacionales (Inconformidades)	8
Denuncias	11
Servicios brindados	13
Agradecimientos	14
Reclamos	14
Estado actual de los casos	14

I PARTE

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 2015.

Los resultados que se exponen, permiten proponer programas de trabajo, 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 exteriorizadas 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 2015.

1.3 Alcance

Los datos fueron recopilados mediante registros de información sobre atención de los usuarios, boletas, correos electrónicos, buzones de sugerencias, llamadas telefónicas, notas enviadas y recibidas, clasificadas según sean quejas, consultas, sugerencias y agradecimientos, externadas por clientes internos y externos, durante el período comprendido entre los meses de enero a marzo del 2015.

1.4 Tipo de Investigación

Para obtener los resultados se utilizó el método por registro interno¹ que lleva la Contraloría de Servicios permitiendo identificar hechos relevantes que sirvan como parámetro y base, con el fin de evaluar los resultados de la gestión y dar el respectivo seguimiento, principalmente de las áreas de servicio al cliente que reflejen necesidades de mejora.

La información obtenida será presentada en datos resumidos numéricamente, mediante cuadros estadísticos y exposición descriptiva sobre las denuncias, quejas, consultas y agradecimientos.

1.5 Población

Como elemento primordial se mantiene un registro de usuarios internos y externos mayores de 18 años, que utilizaron algún medio para presentar la queja, consulta, sugerencia, servicio o agradecimientos en la sede central de la Junta de Protección Social, Administración de Cementerios y sucursales.

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 según oficina que brinda el servicio se presentan en la tabla número 1.

Tabla 1
CASOS RECIBIDOS
Enero a marzo, 2015

Oficina que brinda el servicio	Cantidad
Junta de Protección Social	1197
Administración de Cementerios	-
Sucursal Alajuela	-
Sucursal Heredia	1
Sucursal Pérez Zeledón	3
Sucursal Puntarenas	-
Sucursal Cartago	3
Total	1204

¹ Método de investigación de mercados, basado en registros propios.

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 citamos seguidamente:

a-Buzones de sugerencias

Los buzones para sugerencias están localizados en diferentes áreas de mayor afluencia de público del edificio principal, sucursales y del Cementerio General, lo cual permite que clientes internos y externos externen una breve descripción sobre la inconformidad, consulta, recomendación y agradecimiento; además se le solicita al interesado indicar su nombre, número de cédula y lugar para notificaciones.

b-Boleta o formulario personal

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, N^o de cédula, asunto del problema o consulta, N^o telefónico, columna de queja o consultas, casilla de resultados de la gestión y fecha en que la inconformidad o solicitud fue resuelta.

d- Acceso desde Internet e intranet

Este sistema permite el ingreso de quejas, consulta, sugerencias y agradecimientos del público externo mediante el uso del correo electrónico, 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 para las sucursales

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 y se tienen un programa especial de la Contraloría de Servicios en la Consola Corporativa, por tanto se dio la respectiva capacitación a ciertos colaboradores de las sucursales, con el propósito de puedan registrar cualquier tipo de inconformidad, consulta, sugerencia, entre otros.

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 la remisión de inconformidades que los clientes presenten en dichas sucursales.

1.8- Elaboración y aplicación de instrumentos

Atendiendo el procedimiento establecido para el funcionamiento de la Contraloría de Servicios², 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.

² Ley N°. 9158, Capítulo II, Sección III, Artículo 14, inciso 1)

II PARTE

2 Estadísticas de Resultados Obtenidos

2.1 Clientes atendidos

Cuadro 1
TIPO DE CLIENTE ATENDIDO
Enero a marzo, 2015

<i>Tipo de Cliente...</i>	Enero		Febrero		Marzo		Total	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
Externo Publico	235	72,3	230	64,8	286	54,6	751	63,9
Externo Adjudicatario	89	27,4	123	34,7	236	45	448	35,7
Interno	1	0,3	2	0,5	2	0,4	5	0,4
Total	325	100	355	100	524	100	1204	100

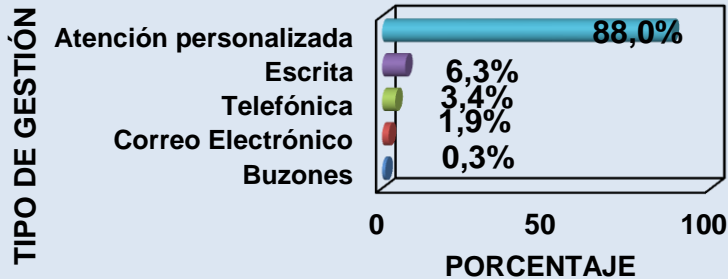
Para el primer trimestre del año 2015, el 99.6% de las gestiones recibidas por la Contraloría de Servicios corresponden a clientes externos (público y vendedores); asimismo, en este trimestre se recibió un 0.4% inconformidades de los clientes internos (funcionario de la Junta de Protección Social).

2.2 Cantidad de gestiones, por medio utilizados

Cuadro 2
GESTIONES DE ACUERDO AL MEDIO
Enero a marzo de 2015

Meses	Enero		Febrero		Marzo		Total	
<i>Gestión de acuerdo al medio</i>	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
Atención personalizada	291	89.5	296	83	476	90	1060	88.0
Correo Electrónico	7	2.2	8	2	8	2	23	1.9
Escrita	17	5.2	35	10	24	5	76	6.3
Telefónica	9	2.8	16	5	16	3	41	3.4
Buzones	1	0.3	-	-	3	1	4	0.3
Total	325	100	355	100	527	100	1204	100

Gráfico 2
GESTIONES DE ACUERDO AL
MEDIO
Enero a marzo, 2015



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

1. Un 88,0% de los clientes, se apersonaron a las oficinas centrales de la Junta de Protección Social, a presentar su inconformidad o consulta, mismas que fueron oportunamente atendidas.
2. Un 6.3% utilizó el medio escrito presencial
3. Un 3.4 % recurrió a la vía telefónica.
4. Un 1.9% recurrió al correo electrónico.
5. Un 0,3% empleó los buzones. (Véase gráfico 2)

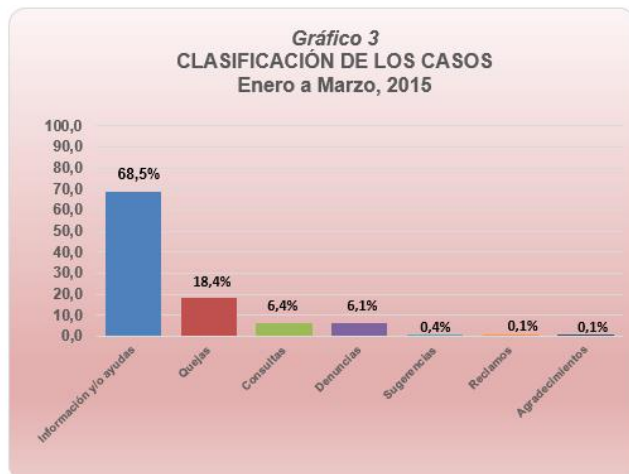
2.3 Clasificación de los casos atendidos

Cuadro 3

CLASIFICACION DE LOS CASOS
Enero a Marzo, 2015

Clasificación	ABS	%
Información y/o ayudas	826	68,5
Consultas	72	6,4
Quejas	221	18,4
Denuncias	74	6,1
Sugerencias	4	0,4
Reclamos	1	0,1
Agradecimientos	1	0,1
Total	1204	100

Gráfico 3
CLASIFICACIÓN DE LOS CASOS
Enero a Marzo, 2015



2.4 Unidades organizativas que generan consultas

La Contraloría de Servicios atendió un total de 72 clientes externos, quienes únicamente requerían información detallada de tramites atendidos por diferentes unidades administrativas de la Institución; por consiguiente a continuación, se presenta en resumen la información recopilada de las principales unidades organizacionales que originan consultas

Cuadro 4
PRINCIPALES UNIDADES ORGANIZACIONALES
QUE ORIGINAN CONSULTAS
Enero a Marzo de 2014

Unidades Organizacionales	ABS	Porcentajes
Administración de Loterías	48	66.7
Departamento de Tecnología de la información	10	13.9
Departamento de Mercadeo	5	6.9
Departamento de Sorteos	2	2.8
Relaciones Publicas	2	2.8
Unidad Pago de Premios	2	2.8
Asesoría Jurídica	1	1.4
Departamento de Tesorería	1	1.4
Plataforma de Servicios	1	1.4
Total	72	100

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 referente a los servicios que brindan las siguientes áreas administrativas:

- i. El porcentaje de consultas de los servicios que brinda el departamento de Administración de Loterías es de **66.7%**:
 - a. 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. Un **13.9%** corresponde al departamento de Tecnología de la Información, consultado si la línea 2521-6002 y 2521-6005 tenían algún problema para activar las loterías tradicionales e instantánea.
- iii. El **19.4%** restante corresponde a clientes externos y externos, quienes realizaron sus consultas sobre:
 - i. Clientes que desean la lista de ganadores de la promoción de la Lotería Navideña que se realizó el 17 de enero, 2015.
 - ii. Cliente que indicó que ha estado recibiendo llamadas del 2522-2210, esta Contraloría le informó que ese número corresponde al Departamento de Mercadeo.
 - iii. Cliente que desea saber cuántas veces salió favorecido el número 40 en la Lotería Nacional.
 - iv. Cliente manifestó tener la palabra completa del juego E-009, denominado Súper Sueldo IV y desea saber cuál es el proceso para obtener el premio.
 - v. Cliente con cédula de residencia desea saber las razones del por qué no puede activar raspas o lotería en las líneas telefónicas asignadas por la JPS.

- vi. Información sobre la gestión de la Junta de Protección Social a estudiantes universitarios.

2.5 Unidades organizacionales que generan Inconformidades

Cuadro 5
PRINCIPALES UNIDADES ORGANIZACIONALES QUE
ORIGINAN LAS INCORFORMIDADES
Enero a Marzo, 2015

Unidades Organizacionales	ABS	Porcentaje
Plataforma de Servicios	158	71.5
Plataforma de Sorteos	20	9.0
Departamento de Mercadeo	16	7.2
Unidad de Pagos de Premios	6	2.7
Gerencia de Operaciones	5	2.3
Tecnología de información	5	2,3
Unidad de Supervisión de Ventas	5	2.3
Sucursal de Heredia	2	0.9
Sucursal de Cartago	1	0.5
Gerencia Administrativa Financiera	1	0.5
Unidad de Ingresos e inversiones	1	0,5
Unidad de Seguridad y Vigilancia	1	0,5
Total	221	100

Observaciones

- Según los datos del cuadro número cinco, la distribución porcentual de inconformidades expresadas por los usuarios externos según áreas administrativas son:
 - i. El **71.5%** de las inconformidades atendidas por la Contraloría de Servicios, están relacionadas con el área de la Plataforma de Servicio que compete a:
 - La entrega de productos de los vendedores de lotería los lunes de cada semana (primer cuatrimestre de 2015) concerniente al sello de

los depósitos y la entrega de las loterías tradicionales, donde el vendedor debe esperar más de dos o tres horas para poder adquirir sus productos (en este caso concierne a la entrega de la lotería tradicionales para sorteos ordinarios y extraordinarios)

ii. El segundo porcentaje corresponde al departamento de Sorteos con un **9.0%** relacionado con:

- El Calendario de Sorteos del 2015, donde el vendedor indicó que han pasado tres meses (primer trimestre), y no habían recibido el folleto informativo, en virtud de que el único medio que tiene el adjudicatario para saber sobre los sorteos ordinario y extraordinarios, durante el año y que les facilita programarse y hacer cálculos sobre necesidades de recursos para hacer retiro de producto en sorteos extraordinarios, entre otros.

iii. Un **7,2** de las inconformidades se vincula con el Departamento de Mercadeo:

- El cual corresponde al servicio que brindan los Puntos Max de la empresa proveedora de Lotería Electrónica G-TECH, donde los clientes tienen que afrontarse a las siguientes situaciones:

- 1- Puntos Max que no cuentan con dinero para cambiar premios o le indican a los clientes que pase el día siguiente, para ver si tienen efectivo y en algunas situaciones los envían a la Junta de Protección Social.
- 2- 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 tiene un monto asignado para el cambio de premios o se le señala que la apuesta fue realizada en otro puesto, por tanto debe presentarse al punto donde realizó la apuesta y finalmente que se presente a la Junta de Protección Social para hacer efectivo su premio.

iv. Otras inconformidades que señalaron los clientes:

- Puestos Autorizados o Socio Comerciales indican los clientes que obtuvieron un premio que deben pagar un porcentaje por cambios de premios.
- Cliente que manifestó que no existe buena comunicación entre la oficina central y sucursal de Alajuela, en la política de entrega de excedente.

2.6 Denuncias

Tabla 6
DENUNCIAS CONTRALORIA DE SERVICIOS
Enero a marzo, 2015

Denuncias Recibidas	ABS	%
Puestos de venta de lotería utilizan la imagen institucional de la Junta de Protección Social, para vender lotería tradicional, electrónica y juegos ilegales	36	49
Vendedores de lotería especulan y condicionan la venta de lotería a los clientes	28	38
Vendedores de lotería venden lotería tradicional y entregan billetes de moneda falsos a los clientes	4	6
Vendedores de lotería venden lotería tradicional y clandestina	3	4
Vendedores de lotería utilizan vehículos automotor con publicidad de la JPS, venden lotería tradicional e ilegal	2	3
Cliente que acusó a vendedor por agresión física; sin embargo cuando fue convocado por la Comisión de Comparecencia no quiso presentarse	1	1
Total	74	100

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

2.7 Sugerencias

Cuadro 7
SUGERENCIAS RECIBIDAS POR EL PUBLICO
Enero a Marzo de 2015

Sugerencias Recibidas	ABS	%
Que al momento de activar los enteros de lotería se les dé más tiempo, por lo menos una semana después del sorteo de chances de los viernes	1	25
Cliente sugiere que el departamento de Mercadeo haga uno o varios sorteos donde se tome en cuenta a la juventud, algo así como un sorteo juvenil.	1	25
Un vendedor de lotería manifiesta estar a gusto con el sorteo realizado el viernes 27 de febrero de 5 fracciones de chances; los cuales fueron bien acogidos por los consumidores. Según la persona, los mismos clientes sugirieron que la JPS continúe con estos tipos de sorteo, debido a su bajo costo y atractivo premio mayor. Es importante que el sorteo se haga de 4 emisiones para que exista equidad entre todos los vendedores y así cada quien pueda llevar excedentes, y no comprometer al Departamento de Loterías	1	25
El cliente sugiere realizar una campaña ya sea por medio de redes sociales donde se le informe al cliente de los lugares donde se puede cambiar premios sin ningún problema. Además tratar de marcar una diferencia entre estos puestos por que en la actualidad utilizan la misma publicidad y el cliente no sabe distinguir uno del otro.	1	25
Total	4	100

2.8 Cantidad de servicios a los usuarios por esta Contraloría de Servicios.

En virtud de la gran cantidad de clientes que se presentan a activar las diferentes loterías tradicionales para participar en la Rueda de la Fortuna, el Gerente general indicó en el oficio G-2673-2012, que la activación sea exclusiva para ciudadanos de oro y se le indique al cliente en general que hay líneas telefónicas, Call Center y la página web para dichas gestiones y por último está la verificación de premios.

Cuadro 8

PRINCIPALES SERVICIOS BRINDADOS POR ESTA CONTRALORIA DE SERVICIOS

Principales ayudas...	Dependencia	ABS	Porcentaje
Activación de las diferentes loterías para participar en la Rueda de la Fortuna adultos mayores (*) y situaciones correspondientes a esta.	Tecnología de la Información	820	98,3
Referencia a mensajes de texto de números ganadores de sorteos	Tecnología de la Información	2	0,2
Solicitud de lista de ganadores de la promoción de Lotería Navideña	Mercadeo	2	0,2
Solicitud de cliente de la Ley 7395 en lenguaje Braille	Departamento de sorteos	1	0,1
Total		825	100

Observación (*):

Es importante indicar que en el primer trimestre del 2015, la Contraloría de Servicios brindó el servicio de activación para la Lotería Nacional, Popular e Instantánea a los adultos mayores, en forma personalizada, para un total de 820 clientes atendidos, para un promedio mensual de 273 activaciones, quienes manifestaron que es difícil entender las instrucciones que se indican por vía telefónica e igualmente para la navegación en internet en la ruta www.jps.go.cr.

Por consiguiente esta población meta prefiere presentarse a la institución y solicitar este tipo de servicio o ayuda con el propósito de no molestar a familiares o amigos.

2.9 Agradecimientos

Cuadro 9 RETRIBUCIONES POR PARTE DE LOS CLIENTES CONTRALORIA DE SERVICIOS Enero a Marzo, 2015

Retribuciones por ...	Dependencia	ABS	Porcentaje
Reconocimiento enviado a la sucursal de Pérez Zeledón por el buen trato recibido.	Gerencia de Operaciones	1	100
Total		1	100

2.10 Reclamos

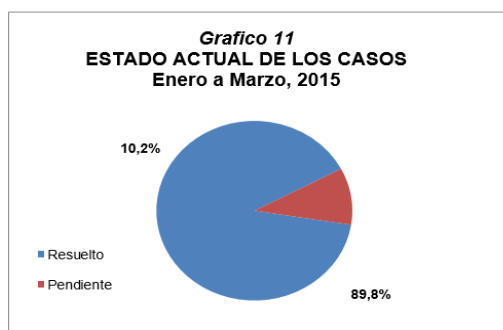
Cuadro 10
RECLAMOS POR PARTE DE LOS CLIENTES
CONTRALORIA DE SERVICIOS

<i>Reclamos por ...</i>	<i>Dependencia</i>	<i>ABS</i>	<i>Porcentaje</i>
Cliente menciona que el Puesto de venta electrónica, que esta contiguo a la acera de la JPS no tenía dinero para cambio de premio electrónico	Mercadeo	1	100
Total		1	100

2.11 Estado actual de los casos

Cuadro 11
ESTADO ACTUAL DE LOS CASOS
Enero a Marzo, 2014

<i>Estado actual</i>	<i>ABS</i>	<i>Porcentaje</i>
Resuelto	1081	89,8
Pendiente	123	10,2
Total	1204	100



Por lo anterior, según se puede observar en el cuadro y gráfico 8, del total de casos atendidos:

- Un 89.8 % se encuentran en estado concluido, lo cual significa que la Contraloría de Servicios dio por finiquitado el trámite y atención al caso
- Un 10,2 % de las gestiones se encuentran pendientes y no han sido concluidas por parte de las unidades y/o departamentos administrativos, el cual se debe por diversas razones; entre las cuales están:
 - Trámites internos dentro de esta área,
 - Falta de presupuesto.
 - En proceso de recolección de información.
 - Consultas a otras dependencias, entre otros. (Véase cuadro 11)

3 Consideraciones

3.1 Conclusiones

Las gestiones atendidas por la Contraloría de Servicios durante los meses de enero a marzo de 2015 y que son expuestas en el presente informe, ascienden a 1024 casos en total, de los cuales a 1064 se les brindó atención personalizada inmediata, 76 gestiones escritas, 41 trámites telefónicos, 23 procesos electrónicos y 4 clientes utilizaron el sistema de buzones.

- I. Del total de gestiones recibidas, 1081 se encuentran en estado atendido, esto quiere decir que esta Contraloría de Servicios 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 en este primer cuatrimestre, suman un total de 123; sin embargo aún pendientes de resolver y atienden a varias razones que se mencionan seguidamente:
 - 1) Carencia de recurso humano.
 - 2) Falta de presupuesto para implementar mejoras.
 - 3) Trámites y consultas de índole legal, para fundamentar las respuestas que se brindan a los clientes.
 - 4) Valoración de procedimientos por parte de la administración activa.

Es importante resaltar que durante el primer trimestre del 2015 los buzones ubicados en las sucursales y cementerios fue un medio utilizado por los clientes para presentar sus sugerencias o gestiones; en virtud de que en otros informes aparece este ítem como medio no utilizado.

- II. Para la variable de servicios o ayudas brindadas a los clientes por parte de la contraloría se atendieron:
 - a. Activaciones para participar en la Rueda de la Fortuna, dirigida de adultos mayores y personas con discapacidad.

- b. Referencia a mensajes de texto de números ganadores de sorteos por la vía telefónica.

III. Del total de casos atendidos, 221 se refieren a inconformidades presentadas por clientes vendedores de lotería y público en general, correspondiendo en su mayoría a:

- a) La entrega de productos de las vendedores de lotería los lunes de cada semana (primer cuatrimestre de 2015) concerniente al sello de los depósitos y la entrega de las loterías tradicionales, donde el vendedor debe esperar más de dos o tres horas para poder adquirir sus productos, (este caso concierne a la entrega de la lotería tradicionales para sorteos ordinarios y extraordinarios).
- b) El Calendario de Sorteos del 2015, donde el vendedor indicó que han pasado tres meses (primer trimestre), y no han recibido el folleto informativo, en virtud de que el único medio que tiene el adjudicatario para saber sobre los sorteos ordinario y extraordinarios, durante el año y que tiene como propósito que el concesionario pueda hacer cálculos para efectos de sorteos, entre otros.
- c) El servicio que brindan los Puntos Max de la empresa proveedora de Lotería Electrónica G-TECH, donde los clientes tienen que afrontarse a Puntos Max que no cuentan con dinero para cambiar premios o le indican a los clientes que pase el día siguiente, para ver si tienen efectivo y en algunas situaciones los envían a la Junta de Protección Social.
- d) Puestos Autorizados o Socio Comerciales indican los clientes que obtuvieron un premio que deben pagar un porcentaje por cambios de premios.
- e) Cliente que manifestó que no existe buena comunicación entre la oficina central y sucursal de Alajuela, en la política de entrega de excedente.

IV. Las consultas o solicitudes corresponden a un total 72 inquietudes a los principales aspectos son:

- a) Cantidad de excedente asignado a los vendedores para los sorteos N° 4321 al N° 4333 de Lotería Nacional, sorteos ordinarios y extraordinarios (Día del amor y la amistad y Conmemorativo al día de San José) y los sorteos N° 6014 y N° 6015 de Lotería Popular (cinco fracciones).

b) Otras consultas:

- i. Cliente que desean la lista de ganadores de la promoción de la Lotería Navideña.
- ii. Cliente que indicó que ha estado recibiendo llamadas del 2522-2210, esta Contraloría de Servicios le informó que ese número corresponde al departamento de Mercadeo.
- iii. Cliente que desea saber, cuántas veces salió el número 40 favorecido.

V. De las 4 sugerencias presentas por clientes internos y externos, se presentan los siguientes aspectos:

Que al momento de activar los enteros de lotería se les dé más tiempo, por lo menos una semana después del sorteo del viernes de cada semana

Cliente sugiere que el departamento de Mercadeo haga uno o varios sorteos donde se tome en cuenta a la juventud, algo así como un sorteo juvenil.

Un vendedor de lotería manifiesta estar a gusto con el sorteo realizado el viernes 27 de febrero de 5 fracciones de chances; los cuales fueron bien acogidos por los consumidores. Según la persona, los mismos clientes sugirieron que la JPS continúe con estos tipos de sorteo, debido a su bajo costo y atractivo premio mayor. Es importante que el sorteo se haga de 4 emisiones para que exista equidad entre todos los vendedores y así cada quien pueda llevar excedentes, y no comprometer al Departamento de Loterías

El cliente sugiere realizar una campaña ya sea por medio de redes sociales donde se le informe al cliente de los lugares donde se puede cambiar premios sin ningún problema. Además tratar de marcar una diferencia entre estos puestos por que en la actualidad utilizan la misma publicidad y el cliente no sabe distinguir uno del otro.

VI. Agradecimientos externados los clientes

Reconocimiento enviado a la sucursal de Pérez Zeledón por el buen trato recibido.

Sugerencias de la Contraloría de Servicios

Gerencia de Operaciones

- a- Reforzar la atención en el área de sellos y entrega de productos del departamento de Tesorería para el primer trimestre del 2015, con dos cajeros con el propósito de atender mejor al vendedor de lotería de forma más expedita, especialmente los lunes (de acuerdo con la consola corporativa se asigna un promedio tres a cuatro cajeros para la entrega de productos y de uno a dos cajeros para la área de sellos), ya que la mayoría de vendedores indicó que el servicio de atención y rapidez no es eficiente en general ese. Igualmente, para el caso del equipo de cómputo utilizado o el programa para digitar la información no es eficiente.

- b- Diseñar una campaña ya sea por medio de redes sociales o medios de comunicación colectividad; donde se le informe al cliente los lugares donde se puede cambiar premios sin ningún problema. En virtud de que hay puestos que utilizan la imagen de la JPS ofrecen tiempos clandestinos, cobran por el cambio de premios y el cliente no sabe distinguir uno del otro.

Gerencia de Comercialización & Producción

- c- Valorar la viabilidad que el calendario de sorteos del 2016 sea publicado en el mes de diciembre de 2015, con el propósito de ser entregado en la primera semana del año 2016; por tanto, los vendedores estarán informados y tendrán la oportunidad de programarse económicamente. Por último que el calendario tenga una leyenda que indique al cliente: El calendario de sorteos tendrá modificaciones dependiendo de las necesidades de los consumidores y vendedores, tomar en cuenta los circulares enviadas por el departamento de Administración de Loterías.

- d- Valorar la posibilidad de diseñar un sorteo especial para la población joven del país donde se dé premios como: Celulares de última generación (Smartphones), tableta (Tablet), Ipad, computadoras portátiles de la marca Apple, entre otros

Elaborado por
Clifford Barrios Rodríguez
Contraloría de Servicios

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

