



**CdS-05-2016**  
**(Primer trimestre-2016)**

---

“Informe de quejas, reclamos, denuncias y  
agradecimientos”

---

Junta de Protección Social  
Contraloría de Servicios

Enero – marzo de 2016

## Tabla de Contenido

<b>1- Metodología aplicada</b>	<b>1</b>
1.1 Introducción.....	1
1.2 Objetivos.....	1
1.3 Alcances.....	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 instrumentos .....	4
<b>2- Estadísticas de resultados obtenidos</b>	<b>5</b>
2.1 Clientes atendidos.....	5
2.2 Cantidad de gestiones, por medios utilizados.....	5
2.3 Clasificación de los casos atendidos.....	6
2.4 Unidades organizativas que generan consultas.....	7
2.5 Unidades organizacionales que generan inconformidades.....	8
2.6 Denuncias.....	11
2.7 Sugerencias.....	12
2.8 Principales servicios brindados.....	13
2.9 Estado actual de los casos .....	14
<b>3- Consideraciones</b>	<b>15</b>
3.1 Conclusiones.....	15
<b>4- Sugerencias</b>	<b>18</b>

## Tabla, Cuadros y Gráficos

### Tablas

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

### Cuadros y Gráficos

Tipo de cliente atendido.....	5
Gestiones de acuerdo al medio.....	6
Clasificación de los casos.....	6
Principales unidades organizacionales (consulta) .....	7
Principales unidades organizacionales (inconformidades).....	8
Denuncias.....	11
Sugerencias recibidas por el público.....	12
Principales servicios brindados por esta Contraloría de Servicios.....	13
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 de 2016.

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 conocimiento 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 2016.

#### **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, las cuales fueron clasificadas por quejas, consultas, sugerencias y agradecimientos, externadas por clientes internos y externos, durante el período comprendido entre los meses de enero a marzo del 2016.

## 1.4 Tipo de Investigación

Para obtener los resultados se utilizó el método por registro interno<sup>1</sup> 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 agradecimiento en la sede central de la Junta de Protección Social y la Administración de Camposantos.

## 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, 2016**

<b>Oficina que brinda el servicio</b>	<b>Cantidad</b>
Junta de Protección Social	1349
Administración de Cementerios	1
<b>Total</b>	<b>1350</b>

---

<sup>1</sup> 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 o 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 y del Cementerio General, lo cual permite que clientes internos y externos hagan una breve descripción sobre la inconformidad, consulta, recomendación o 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, número de cédula, asunto del problema o consulta, número telefónico, columna de queja o consulta, 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 o 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 en la página Web de la Junta de Protección Social, donde los clientes también pueden presentar sus inconformidades y/o sugerencias.

## **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 o agradecimiento por el servicio, con el fin de que se realice el estudio respectivo, se analicen las recomendaciones, se establezcan las acciones de mejora requeridas e informen a esta Contraloría de Servicios.

---

<sup>2</sup> 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, 2016**

<i>Tipo de Cliente...</i>	Enero		Febrero		Marzo		Total	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
Externo Público	267	81.9	446	61.8	231	76.5	944	69.9
Externo Adjudicatario	59	18.1	276	38.2	70	23.2	405	30.0
Cliente Interno	-	-	-	-	-	-	-	-
Arrendatario	-	-	-	-	1	1	1	0.1
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>722</b>	<b>100</b>	<b>302</b>	<b>100</b>	<b>1350</b>	<b>100</b>

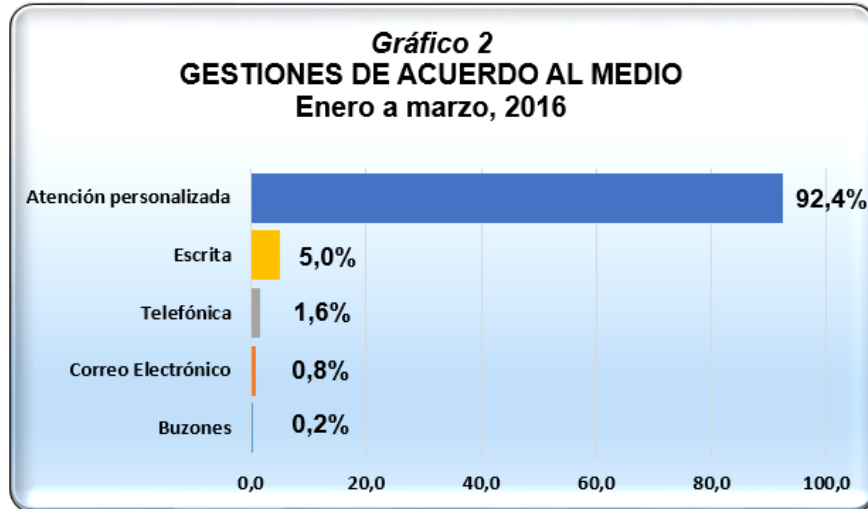
Para el primer trimestre del año 2016, el 100% de las gestiones recibidas por la Contraloría de Servicios corresponden a clientes externos (público, vendedores); asimismo, en este trimestre no se recibió inconformidades de los clientes internos (colaboradores de la Junta de Protección Social) y arrendatarios.

#### 2.2 Cantidad de gestiones, por medios utilizados

**Cuadro 2**  
**GESTIONES DE ACUERDO AL MEDIO**  
**Enero a marzo de 2016**

Meses	Enero		Febrero		Marzo		Total	
<i>Gestión de acuerdo al medio</i>	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
<b>Atención personalizada</b>	290	89.0	688	95.3	270	89.4	1248	92.4
<b>Correo Electrónico</b>	6	1.8	2	0.3	3	1.0	11	0.8
<b>Escrita</b>	22	6.7	23	3.2	22	7.3	67	5.0
<b>Telefónica</b>	7	2.1	7	1.0	7	2.3	21	1.6
<b>Buzones</b>	1	0.3	2	0.3	-	-	3	0.2
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>722</b>	<b>100</b>	<b>302</b>	<b>100</b>	<b>1350</b>	<b>100</b>





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

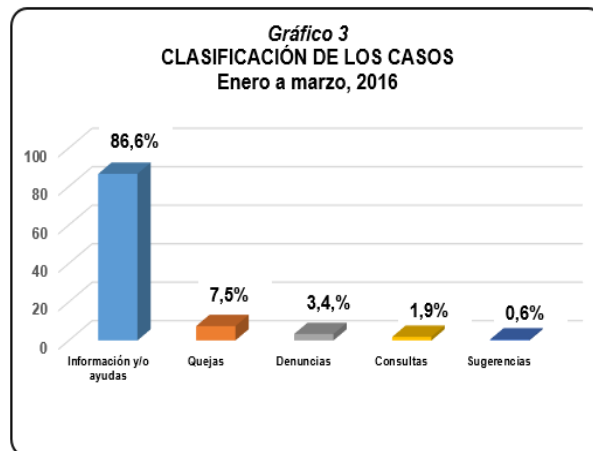
1. Un 92.4% de los clientes, se apersonaron a las oficinas centrales de la Junta de Protección Social, a presentar su inconformidad o consulta, mismas que fueron oportunamente atendidas.
2. Un 5% utilizó el medio escrito presencial.
3. Un 1.6 % empleó la vía telefónica.
4. Un 0.8% recurrió al correo electrónico
5. Un 0.2% empleó los buzones. (Véase gráfico 2)

### 2.3 Clasificación de los casos atendidos

**Cuadro 3**

**CLASIFICACION DE LOS CASOS**  
**Enero a marzo, 2016**

Clasificación	ABS	%
Información y/o ayudas	1171	86.6
Quejas	101	7.5
Denuncias	46	3.4
Consultas	26	1.9
Sugerencias	6	0,6
Reclamos	-	-
Agradecimientos	-	-
<b>Total</b>	<b>1350</b>	<b>100</b>



## 2.4 Unidades organizativas que generan consultas

La Contraloría de Servicios atendió un total de 26 clientes externos, quienes recibieron información detallada sobre trámites gestionados en diferentes unidades administrativas de la Institución, a saber:

**Cuadro 4**  
**PRINCIPALES UNIDADES ORGANIZACIONALES**  
**QUE ORIGINAN CONSULTAS**  
**Enero a marzo de 2016**

Unidades Organizacionales	ABS	Porcentajes
Administración de Loterías	12	44
Departamento de Mercadeo	3	12
Departamento de Sorteos	3	12
Tecnología de Información	3	12
Unidad de Pago de Premios	2	8
Inspectores de Lotería	1	4
Relaciones Públicas	1	4
Gestión de Ventas	1	4
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

### Observaciones

- a). Según los datos obtenidos y que son expuestos en el cuadro N° 5, el mayor porcentaje de consultas son referente a los servicios que brinda el Departamento de Administración de Loterías con un **44%**, y se refieren principalmente a 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.
- b). El **12%** restante corresponde a consultas del Departamento de Mercadeo, Departamento de Sorteos y Departamento de Tecnologías de la Información sobre:
  - i. Clientes que desean saber si fueron ganadores de un entero de la Lotería Navideña de acuerdo con la promoción.
  - ii. Cliente que desea saber cuántas veces han salido favorecidos en la Lotería Nacional y Popular los números, 41, 56, 59 y 97 desde el 1 de enero de 2014 al 23 de febrero de 2016.

- iii. Cliente que desea saber si su raspa estaba activada para participar en el programa televisivo “La Rueda de la Fortuna”, en virtud de que hubo un problema en el sistema de activación en la web-institucional.

## 2.5 Unidades organizacionales que generan Inconformidades

**Cuadro 5**  
**PRINCIPALES UNIDADES ORGANIZACIONALES**  
**QUE ORIGINAN INCORFOMIDADES (Quejas)**  
**Enero a marzo de 2016**

Unidades Organizacionales	ABS	Porcentajes
Plataforma de Servicio	63	62
Gerencia de Producción & Comercialización	9	8
Gerencia de Operaciones	6	6
Administración de Loterías	5	5
Inspectores de Lotería	3	3
Asesoría Legal	2	2
Gerencia Desarrollo Social	2	2
Unidad de Pago de Premios	2	2
Tecnología de Información	2	2
Departamento de Mercadeo	1	1
Departamento de Sorteos	1	1
Gerencia Administrativa Financiera	1	1
Relaciones Públicas & Comunicación	1	1
Administración de Cementerios	1	1
Departamento de Acción Social	1	1
Unidad de Servicios Administrativos	1	1
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

### Observaciones:

- Según los datos del cuadro número seis, la distribución porcentual de inconformidades presentadas por usuarios externos según áreas administrativas son:
  - i. El **63%** de las inconformidades atendidas por la Contraloría de Servicios, están relacionadas con la Plataforma de Servicio al Cliente San José que compete a:
    - La entrega de productos a los vendedores de lotería, donde específicamente el lunes 22 de febrero de 2016 (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 las loterías tradicionales para sorteos ordinarios y extraordinarios).

ii. El segundo porcentaje con **9%**, corresponde a inconformidades trasladadas a la Gerencia de Producción & Comercialización, relacionados con:

- Clientes indican que activaron, Lotería Nacional y Popular, y salieron favorecidos; pero cuando se presentaron a la institución, con el propósito de poder retirar su premio, no contaban con el físico de acuerdo con el artículo 7 del procedimiento para la promoción de premios especiales cuyo requisito fundamental es la presentación de lotería activada y solicitaban a la dependencia encargada que avalara el premio ya que cumplían con otros requisitos.
- Clientes que indican que 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 más tarde o pase el día siguiente, para ver si tiene efectivo y en algunas situaciones los envían a la Junta de Protección Social.

iii. Un **6%** de las inconformidades se vinculan con la Gerencia de Operaciones:

- Vendedores de lotería consideran que el cierre de la Sucursal de Alajuela trajo como consecuencia que el vendedor tenga que hacer fila para la entrega de productos, y cambio de premios en la Sucursal del Banco de Costa Rica y a veces el banco indica a los vendedores que tienen problemas de comunicación con los sistemas de la JPS y por último ellos deben trasladarse hasta la institución para realizar la respectiva devolución causando pérdidas económicas, entre otras.
- Vendedores de lotería que por motivos económicos no pueden retirar su cuota de lotería por adelantado, como otros vendedores que cuentan con más recursos económicos. Sin embargo según los vendedores tienen que lidiar con los cajeros del área de

despacho especialmente lunes y miércoles de cada semana, ya que la mayoría de cajeros cuentan sólo con la serie 000 (001 a 099) ó 900 (901 a 999), y pocas veces poseen otras series que son más apetecidas por clientes consumidores de lotería.

iv. Otras inconformidades que señalaron los clientes:

- Clientes que son beneficiados con programas de ayuda social indicaron que no hay una oficina apropiada para firmar contratos, en la Asesoría Jurídica y que dicha firma se hace en un pasillo entre dos departamentos en el quinto piso.
- Programas de juegos de azar que se transmiten por televisión llamado “Gana Millones”, 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 factura en el recibo un alto porcentaje por la llamada o mensaje de texto. Cabe indicar que dichas denuncias son trasladadas a la Asesoría Jurídica.
- Cliente que posee un derecho en el Cementerio General indicó que la Junta de Protección Social no le informó sobre la remodelación de su bóveda y cuando se presentó a ver el nicho familiar para dejar flores a su madre, este no tenía la cerámica, flores, foto de su mamá y la placa; por tal razón solicitó una explicación a la administración de lo sucedido.

## 2.6 Denuncias

**Cuadro 6**  
**DENUNCIAS CONTRALORIA DE SERVICIOS**  
**Enero a marzo, 2016**

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.	29	63
Vendedores de lotería especulan y condicionan la venta de lotería a los clientes.	11	24
Vendedores de lotería venden lotería tradicional y entregan billetes de moneda falsos a los clientes.	3	7
Vendedora de lotería agrede físicamente a otra vendedora por vender a precio oficial.	1	2
Vendedor de lotería, quien entrega lotería en gallo tapado y este da enteros ya jugados, el cual el cliente nunca verifica.	1	2
Puestos de venta móviles ubicados en determinados lugares, los cuales utilizan publicidad de la Junta de Protección Social y venden lotería clandestina.	1	2
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

Las denuncias fueron remitidas a la Unidad de Inspectores de Lotería, para su respectiva atención.

## 2.7 Sugerencias

**Cuadro 7**  
**SUGERENCIAS RECIBIDAS POR EL PUBLICO**  
**Enero a marzo, 2016**

<i>Sugerencias recibidas...</i>	<b>ABS</b>	<b>%</b>
<p>Cliente que es conocedor de la transparencia de los sorteos y de los procesos que se realizan como lo son los pesajes de las bolitas; sin embargo, él sugiere que la Junta de Protección Social debe velar que no se repitan tantas veces los números y las series.</p>	<b>1</b>	<b>17</b>
<p>Cliente sugiere que se valore la posición de las listas que se encuentra en el vestíbulo (lista móvil) la misma sea diseñada en forma horizontal a una altura aproximada de 1.60 metros; en virtud de que según el cliente, la lista se ubica muy alto, difícil de visualizar, las letras, números muy pequeñas y la calidad de la tinta no es buena.</p>	<b>1</b>	<b>17</b>
<p>Cliente sugiere que las fechas para finalizar la promoción por medio de sobres, sea publicada en forma visible en la página web de la Junta de Protección Social; en virtud de que la misma es un medio de comunicación principal para aquellos clientes que no tienen tiempo de ver televisión, leer periódico, escuchar radio, ver el programa la Rueda de la Fortuna y por sus condiciones de trabajo.</p>	<b>1</b>	<b>17</b>
<p>Cliente sugiere que se valore la posibilidad de que las sillas utilizadas para los cambios de premios, sean más bajas ya que no están en condiciones de equidad para personas de una altura pequeña en comparación con personas de altura alta, es decir, que el cajero y el cliente, deben de estar en un mismo nivel por respeto al visitante.</p>	<b>1</b>	<b>17</b>
<p>Vendedor de lotería indicó que por motivos económicos no puede retirar su cuota de lotería Nacional o Popular por adelantado, como otros vendedores que cuentan con más recursos económicos. No obstante según el vendedor indicó que se debe consultar con los cajeros del área de despacho especialmente los lunes y miércoles de cada semana, ya que la mayoría de cajeros cuentan sólo con la serie 000 (001 a 099) ó 900 (901 a 999), y pocas veces poseen otras series que son más apetecidas por clientes consumidores de lotería; por tal razón sugiere que se mantengan otras series para esos días.</p>	<b>1</b>	<b>17</b>
<p>Cliente sugiere que los distribuidores autorizados en puestos fijos de venta, indiquen POR MEDIO DE UN ROTULO U OTRO MEDIO, que en esos puestos no se cambian fracciones premiadas, cuando falten pocos días para la fecha de vencimiento según lo indicado en la fracción correspondiente. Si así lo hicieran, el cliente está avisado y no pasaría por situaciones tan incómodas como él las tuvo que pasar.</p>	<b>1</b>	<b>17</b>
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

## 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, la Gerencia General mediante oficio G-2673-2012, indicó 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**  
**Enero a marzo, 2016**

<i>Principales ayudas</i>	<i>Dependencia</i>	<i>ABS</i>	<i>Porcentaje</i>
Activación de las diferentes loterías para participar en la Rueda de la Fortuna adultos mayores (*) y situaciones correspondientes a esta.	Tecnologías de la Información	1168	99.7
Vendedores de lotería solicitan ayuda, en virtud de que los lunes y miércoles los cajeros del despacho sólo entregan la serie triple cero (000-099) a los vendedores que no cuentan con suficientes recursos económicos.	Plataforma de Servicio	3	0.3
<b>Total</b>		<b>1171</b>	<b>100</b>

Observación (\*):

Es importante indicar que en el primer trimestre del 2016, 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 1168 clientes atendidos, para un promedio mensual de 389 activaciones, quienes manifestaron que es difícil entender las instrucciones que se indican por vía telefónica e igualmente para la navegación en internet en el sitio [www.jps.go.cr](http://www.jps.go.cr).

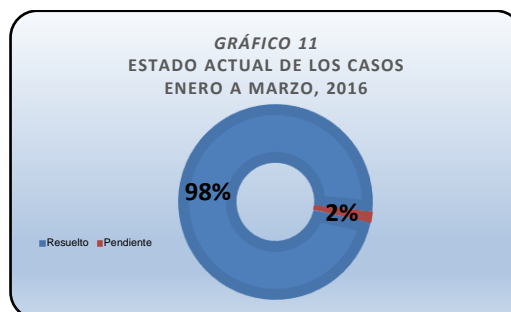
Asimismo, esta población meta prefiere presentarse a la institución y solicitar este tipo de servicio o ayuda con el propósito de no molestar a familiares y/o amigos.



## 2.9 Estado actual de los casos

**Cuadro 11**  
**ESTADO ACTUAL DE LOS CASOS**  
Enero a marzo, 2016

<b>Estado actual</b>	<b>ABS</b>	<b>Porcentaje</b>
Resuelto	1327	98
Pendiente	23	2
<b>Total</b>	<b>1350</b>	<b>100</b>



Por lo anterior, según se puede observar en el cuadro y gráfico 11, del total de casos atendidos:

- Un 98% se encuentran en estado concluido, lo cual significa que la Contraloría de Servicios dio por finiquitado el trámite y atención al caso.
- Un 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)

## **III PARTE**

### **3 Consideraciones**

#### **3.1 Conclusiones**

Las gestiones atendidas por la Contraloría de Servicios durante los meses de enero a marzo de 2016, expuestas en el presente informe, ascienden a 1350 casos en total, de los cuales a 1248 se les brindó atención personalizada inmediata, 67 gestiones escritas, 21 trámites telefónicos, 11 procesos electrónicos y 3 clientes utilizaron el sistema de buzones.

I. Del total de gestiones recibidas, 1327 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 al finalizar este primer trimestre, suman un total de 23; sin embargo aún pendientes de resolver y atienden a varias razones que se mencionan seguidamente:

- 1) Limitaciones 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 de 2016, los buzones ubicados en la oficina central 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 en un mayor porcentaje las activaciones para participar en la Rueda de la Fortuna, a personas adultas mayores y personas con discapacidad.

III. Del total de casos atendidos, 101 se refieren a inconformidades (Quejas) presentadas por clientes vendedores de lotería y público en general, correspondiendo en su mayoría a:

- a) La entrega de productos a los vendedores de lotería, donde específicamente el lunes 22 de febrero de 2016 (primer trimestre 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 loterías tradicionales para sorteos ordinarios y extraordinarios).
- b) Clientes indican que activaron, Lotería Nacional y Popular, y salieron favorecidos; pero cuando se presentaron a la institución, con el propósito de poder retirar su premio, no contaban con el físico de acuerdo con el artículo 7 del procedimiento para la promoción de premios especiales cuyo requisito fundamental es la presentación de lotería activada y solicitaban a la dependencia encargada que avalaran el premio ya que cumplían con otros requisitos.
- c) Clientes que indican que 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 más tarde o pase el día siguiente, para ver si tiene efectivo y en algunas situaciones los envían a la Junta de Protección Social.
- d) Vendedores de lotería consideran que el Despacho de Loterías debería de guardar algunas series bajas para los miércoles de cada semana (último día para retirar la cuota), en virtud de que los cajeros sólo entregan de la serie 099 hacia abajo y hay cierta cantidad de vendedores que no pueden retirar su cuota con tiempo ya que deben vender y con la cantidad obtenida pueden retirar su cuota.
- e) Clientes que son beneficiados con programas de ayuda social indicaron que no hay una oficina apropiada para firmar contratos, en la Asesoría Jurídica y que dicha firma se hace en un pasillo entre dos departamentos en el quinto piso.
- f) Cliente que posee un derecho en el Cementerio General indicó que la Junta de Protección Social no le informó sobre la remodelación de su bóveda y cuando se presentó a ver el nicho familiar para dejar flores a su madre, este no tenía la cerámica, flores, la foto de su mamá y la placa; por tal razón solicitó una explicación a la administración de lo sucedido.

**IV.** Las consultas o solicitudes de ayuda corresponden principalmente a:

- a) Cantidad de excedente asignado a los vendedores para los sorteos del N° 4372 al N° 4382 de Lotería Nacional, sorteos ordinarios y extraordinarios (Entrada a clases, Día del Amor y la Amistad y Día de San José) y los sorteos del N° 6086 al N° 6108 de Lotería Popular ordinarios (cinco fracciones).
  
- b) Otras consultas:
  - 1. Clientes que desean saber si fueron ganadores de un entero de la Lotería Navideña de acuerdo con la promoción.
  
  - 2. Cliente que desea saber cuántas veces han salido favorecidos en la Lotería Nacional y Popular los números, 41, 56, 59 y 97 desde el 1 de enero de 2014 al 23 de febrero de 2016.
  
  - 3. Cliente que desea saber si su raspa estaba activada para participar en el programa televisivo “La Rueda de la Fortuna”, en virtud de que hubo un problema en el sistema de activación en la web-institucional.

## **IV PARTE**

### **4- Sugerencias**

#### **Gerencia de Producción & Comercialización**

- a- Valorar la posibilidad de que la Junta de Protección Social pueda hacer efectivo sus premios electrónicos; en virtud de que los clientes en forma constante manifiestan que los Puntos Max no cambian premios por falta de dinero para esos efectos; asimismo, indican que es un producto de la Junta de Protección Social, creando disconformidad, desconfianza y afecta la imagen institucional.
  
- b- Para los clientes que participan en la promoción especial de Lotería Nacional o Popular, valorar la posibilidad que cada cliente que active una fracción o entero, exista un sistema de envío de mensajes de texto al número de celular del cliente, indicando el número de sorteo, serie, número, fracción, emisión; así como una leyenda diciendo al cliente que debe guardar su fracción o entero en el caso de ser ganador y que debe de presentarlo para hacer efectivo su premio; por tanto, el cliente estará informado y motivado. Por último, en el caso de un cliente cometa un error por algún ítem por activación, el cliente tenga un procedimiento para corregir lo activado, ya el fin de la promoción es que haya suficientes ganadores motivados y no molestos que afecten la imagen institucional.

#### **Gerencia de Operaciones**

- a) Reforzar la atención de área de sellos y entrega de productos de la Plataforma de Servicio al Cliente y del Despacho de Loterías en los meses siguientes, 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 de 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 ese día (22 de febrero). Igualmente, para el caso del equipo de cómputo utilizado o el programa para digitar la información no es eficiente.
  
- b) Asimismo, se ha observado gran cantidad de vendedores haciendo fila en el Banco de Costa Rica los lunes de cada semana; por lo consiguiente, se valore la posibilidad de diseñar un folleto informativo con avisos y consejos dirigido a los vendedores de lotería que residen en el Gran Área Metropolitana, con el propósito de que el vendedor se presente directamente

a las cajas del área de sellos ese día y la entrega sea más eficiente. Este brochure o desplegable que contenga las siguientes características:

- Tamaño de folleto 12 cm X 26 cm.
- Color: Blanco y negro o full color.
- Título: Folleto consejos para su seguridad u otros detalles.
- Temas: Mantener en secreto las operaciones financieras.
- Contar con compañía cuando el vendedor cuenta con cierta cantidad de dinero.

Indicar la cuenta bancaria el cual en vendedor pueda depositar ya sea en el Banco de Costa Rica o Banco Nacional.

Banco de Costa Rica que estén cuentas con oficinas abiertos los fines de semana y vespertinos con su respectivos horarios y teléfonos.

U otros consejos para el vendedor que el departamento considere oportuno.

Este folleto puede contener dibujos o fotos dependiendo del espacio; asimismo este desplegable se puede colocar en las cajas del Despacho de Lotería y sellos y utilizarse en futuras capacitaciones de los vendedores de loterías que se tengan programadas.

- c) Valorar la posibilidad de que el Despacho de Loterías, rote la distribución de series, de forma tal que los días miércoles de cada semana (último día para retirar la cuota), no se entreguen solamente la serie 099 hacia abajo, por cuanto hay cierta cantidad de vendedores que no pueden retirar su cuota con tiempo, ya que deben vender la lotería correspondiente al sorteo del día martes, y con la cantidad de los créditos por devolución de excedentes pueden retirar su cuota para los siguientes sorteos.

### **Asesoría Jurídica**

- a) Valorar la posibilidad de buscar alguna oficina adecuada dentro del edificio de la Junta de Protección Social para aquellos clientes que reciben ayudas por parte de la institución, esta área debe de tener una sala de espera cómoda; mientras el cliente espera para hacer atendido para firma sus contratos.

### **Gerencia Desarrollo Social**

- a) Valorar la posibilidad de diseñar un folleto informativo donde se le indique al arrendatario los deberes y derechos del cliente, éste folleto será colocado en las cajas de pago por servicio que cuenta la Administración de Cementerios y cuando el cliente firma el contrato y está en espera de su contrato, mientras es firmado por la Gerencia General.

Este folleto se sugiere que tenga la siguiente información tales como:

- i. Tamaño de la placa para los nichos de Cementerio General y Metropolitano, el lugar dónde el cliente debe entregar dicha placa; así como el costo que debe pagar el cliente por el pegado, con su respectiva autorización de la Administración de Cementerios.
- ii. Lo que el cliente puede colocar o pegar en cada nicho que está arrendando, según el cementerio seleccionado.
- iii. Los colores de pintura que debe utilizar para cada nicho, en este caso Cementerio General, con la respectiva autorización de la Junta de Protección Social.
- iv. Que cualquier cambio de dirección, teléfono u otro detalle debe informar a la Administración de Cementerios.
- v. U otros detalles que sean importantes para el cliente.

---

Elaborado por  
Lic. Clifferd Barrios Rodríguez, MSc.  
Contraloría de Servicios