



REFINADORA  
COSTARRICENSE  
DE PETRÓLEO

GOBIERNO  
DE COSTA RICA

# Informe anual de labores de la Contraloría de Servicios 2023

Contraloría de Servicios

22 de mayo de 2024

**RECOPE**

“MOVIENDO  
a Costa Rica  
hacia un futuro  
MEJOR”



## I. Bienes y servicios institucionales

A continuación, se enumera la totalidad de los de bienes y servicios que brinda RECOPE, incluyendo aquellos que se encuentran asociados al Catálogo Institucional de Trámites, de conformidad con la Ley 8220:

### Bienes y servicios institucionales: y servicios institucionales

1. Importar, comercializar y distribuir el petróleo y sus derivados de gasolina Superior, gasolina Plus 91, diésel 50, Gas LPG, Queroseno, Nafta pesada, búnker, Gasóleo, IFO 380, Jet A-1, AV-GAS, Asfalto y Emulsiones Asfálticas.
2. Servicios empresariales tales como:
  - a) Gestión de Contratos.
  - b) Renovación de carné a chóferes.
  - c) Proceso de venta: Seguridad e ingreso a terminales, seguridad ocupacional, abastecimiento, facturación, plataforma de información (Call Center).
  - d) Servicio postventa: atención de consultas, devolución de producto.
  - e) Venta de servicios de calibración.

Con base en el listado de bienes y servicios supra indicados, se procede a responder a las siguientes interrogantes:

1. **¿El listado indicado corresponde al catálogo oficial de los bienes y servicios institucionales aprobados o se basa en información aportada directamente por la Contraloría de Servicios?**

El listado indicado corresponde al catálogo oficial de los bienes y servicios es el institucional aprobado, actualmente llamado Manual de Productos que elabora la Dirección Comercial de la Gerencia de Operaciones de RECOPE.

2. **¿La entidad ha establecido mecanismos y procedimientos de comunicación para que las personas usuarias puedan acceder a información actualizada sobre los bienes y servicios institucionales? ¿Cuáles son? En caso negativo, detallar, ¿cuáles verificaciones y recomendaciones ha llevado a cabo la CS para que se dispongan de estos mecanismos y procedimientos?**

RECOPE cuenta con mecanismos establecidos para que las personas usuarias estén informadas, a saber:

- i. Portal web <https://www.recope.go.cr/>
- ii. Correo electrónico para informar cambios de precios, cambios de logística.
- iii. Plataformas de información (Call Center).
- iv. QR (ubicados en las terminales para que los transportistas brinden las disconformidades).
- v. Visitas de un Ingeniero Químico para brindar charlas técnicas a clientes.



## II. Estudios e investigaciones efectuadas

De acuerdo con el listado anterior, detalle lo siguiente:

1. **¿A cuáles de los bienes y servicios mencionados se les han aplicado instrumentos para medir la percepción de las personas usuarias sobre la calidad en su prestación, grado de satisfacción y mejoras requeridas?**

Para el año 2023 se valoró la percepción de los clientes, asociados los productos seleccionados.

### A. Clientes y usuarios de los servicios:

Se seleccionan los siguientes tipos de clientes y usuarios finales de los servicios que se muestran a continuación:

- **Tipos de clientes:**

- Estaciones de Servicio.
- Clientes directos: industrias, transporte público, pescadores, constructoras y peddlers.

- **Usuarios del servicio final:**

- Choferes
- Encargados de planta y mantenimiento (servicio postventa)
- Encargados de contratos

Para el caso de estaciones de servicio la evaluación se realiza por terminal, ya que para los otros productos la compra se realiza solo en la Terminal Caribe

### B. Servicios:

Es importante la valoración frecuente de servicios de rutina como son los post venta y preventa, para esta evaluación se seleccionaron:

- Gestión de Contratos.
- Renovación de carné a choferes.
- Proceso de venta: Seguridad e ingreso a terminales, seguridad ocupacional, abastecimiento, facturación, plataforma de información (Call Center).
- Servicio postventa: atención de consultas, devolución de producto.



Adicionalmente, se incluyó dentro de la encuesta anual un ítem, que no es propiamente un servicio, sin embargo, es un recurso que RECOPE pone a disposición de sus clientes para que las gestiones de compra sean más ágiles como es los medios de pago. Es decir, este recurso forma parte del journey map que compone el proceso de venta.

### C. Productos

RECOPE únicamente pone en venta productos que cumplen con la reglamentación y normativa vigente, previamente certificado por los Laboratorios de Control de Calidad. Sin embargo, debido a que los clientes pueden llegar a tener una percepción de la calidad de los productos solo en función de los procesos que desarrollan en sus respectivas empresas, se consideró importante, como parte de la valoración, realizar una consulta a los clientes sobre su percepción de la calidad de los productos y si cumple con las necesidades de su aplicación.

En la Evaluación realizada en el año 2023, se consideraron los siguientes productos:

- Gasolinas.
- Diésel.
- GLP.
- Bunker.

### 2. Describa la(s) metodología(s) utilizada(s) para medir la percepción de las personas usuarias y evaluar la calidad del servicio prestado.

RECOPE cuenta con diversos instrumentos para medir la percepción que pone a disposición de los clientes a continuación los detallamos:

- Entrevistas telefónicas y presenciales.
- Formularios de Google Forms.
- Mensajes de texto.
- Correo electrónico.
- Nota formal.
- Para el caso particular de estaciones de servicio se agregó una consulta adicional para conocer si se comunican con RECOPE por medio de la Cámara de Empresarios del Combustible.



### 3. ¿Cuáles fueron los resultados obtenidos a partir de estos instrumentos?

El análisis de resultados para el proceso de venta de combustibles se muestra en el diagrama a continuación. Es importante considerarlo, ya que basado en este se plantearon las encuestas a los clientes de forma que, en función de los resultados se pueda construir un journey map que muestra la experiencia de los clientes durante todo el proceso.

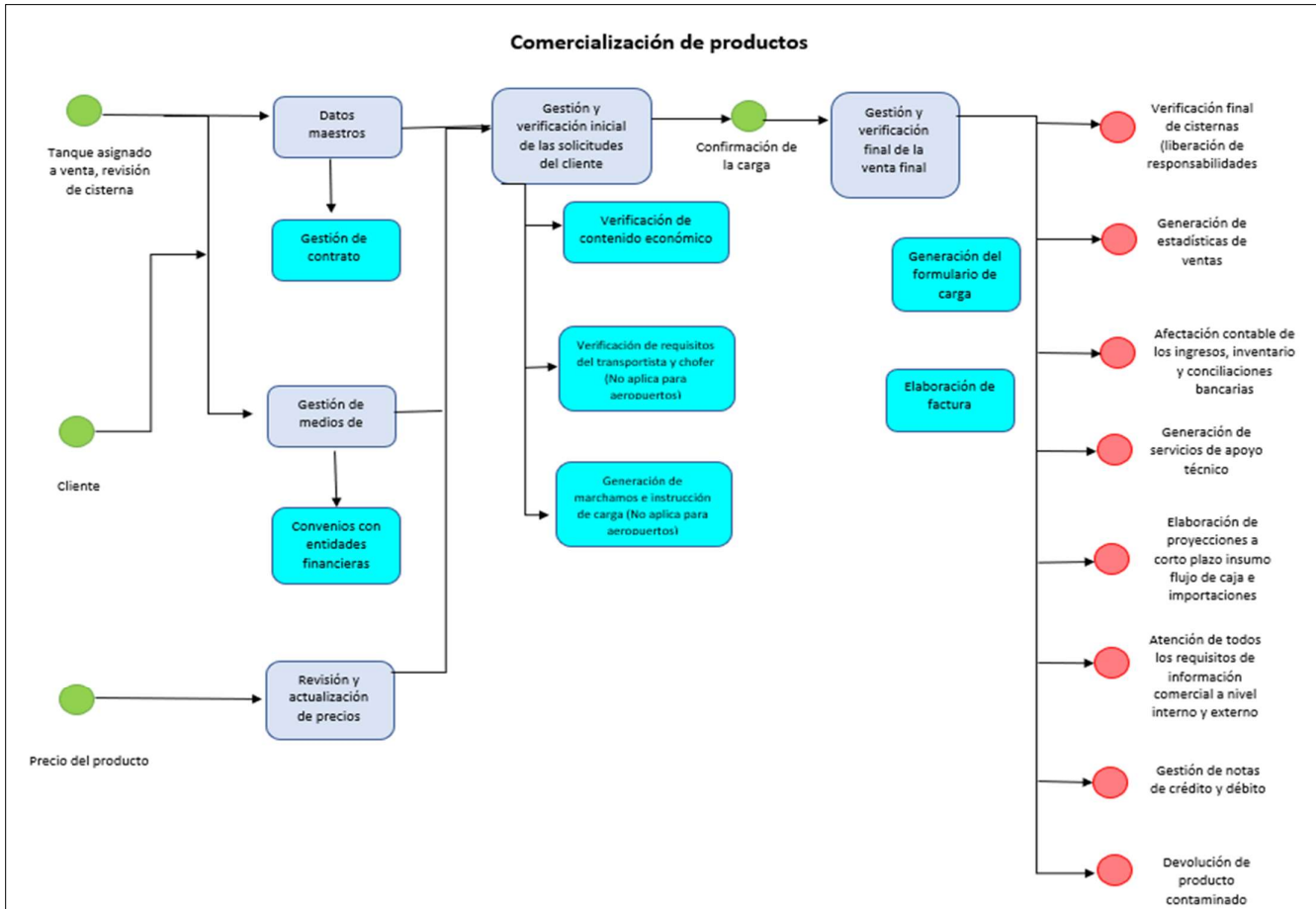


Imagen 1. Diagrama del proceso

En función de lo anterior a continuación se presenta el resultado de cada una de las etapas del proceso valoradas por las metodologías ya descritas y con ellas construir el journey map y los indicadores basados en las ecuaciones 1 a 4 de las secciones 1.1. y 1.2.

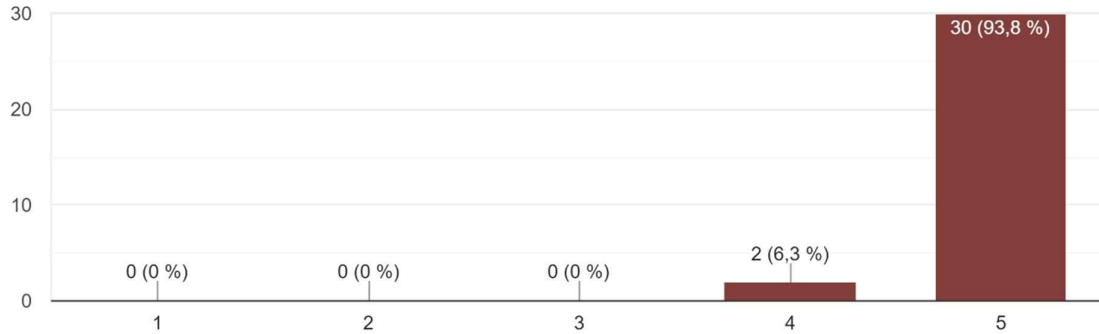
Para la selección de la medida de tendencia central, se aplica el estadístico de Anderson Darling, para la determinación de la normalidad de la distribución de los datos sobre una hipótesis nula de que los datos se distribuyen de manera normal:

- Si se acepta la hipótesis nula, se seleccionará el promedio como medida de tendencia central,
- Para los casos en que se rechaza la hipótesis nula y por tanto se acepta la alternativa, se utilizará la moda.



Cuál es su opinión sobre la duración del trámite de contrato

32 respuestas



### Gestión de contratos

Esta encuesta tiene una calificación desde 1 a hasta 5, bajo la siguiente valoración:

- 1: Muy malo
- 2: Malo
- 3: Regular
- 4: Bueno
- 5: Muy Bueno



La evaluación de la gestión de contratos se consultó a los clientes que evaluaron el servicio sobre los siguientes ítems:

#### a) Duración del trámite del contrato

Gráfico 1. Opinión sobre la duración de la gestión del contrato.

#### b) Medios de comunicación utilizados

Los medios utilizados para comunicar el avance del trámite para usted son:

26 respuestas

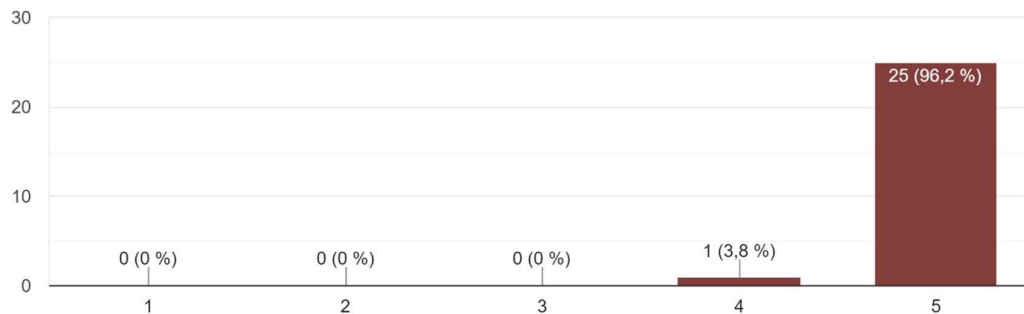


Gráfico 2. Medios para comunicar avance de gestión de contratos.



### c) Atención recibida durante la Gestión

La atención recibida durante la gestión realizada fue:

26 respuestas

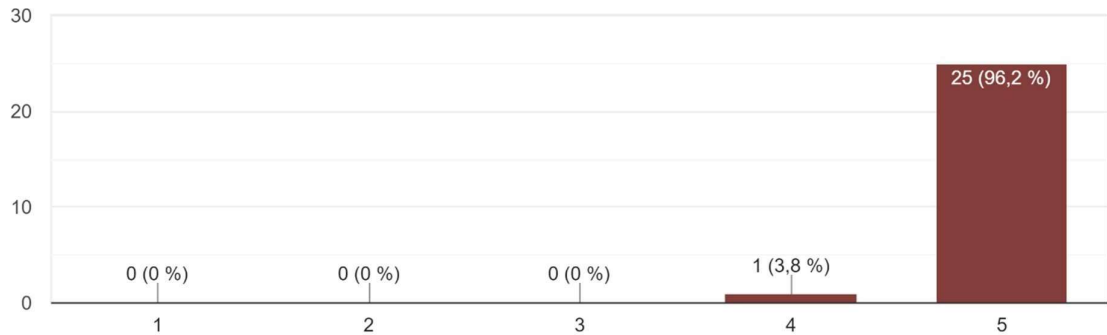


Gráfico 3. Atención general en la gestión de contratos.

Se utiliza como medida de tendencia central la moda, con la que se concluye que para todos los ítems evaluados en la encuesta el resultado es: **5**, que corresponde una opinión **muy buena** de los clientes sobre el servicio recibido.

## Renovación de carné de conductores

Esta encuesta tiene una calificación desde 1 a hasta 5, con una escala similar a la anterior:

- 1: Muy malo
- 2: Malo
- 3: Regular
- 4: Bueno
- 5: Muy Bueno

Para la evaluación de la gestión de carnés, se consultó a los conductores que evaluaron el servicio sobre los siguientes ítems:

### a) Proceso de renovación de carné

¿El proceso para renovación del carné es ágil y rápido?

291 respuestas

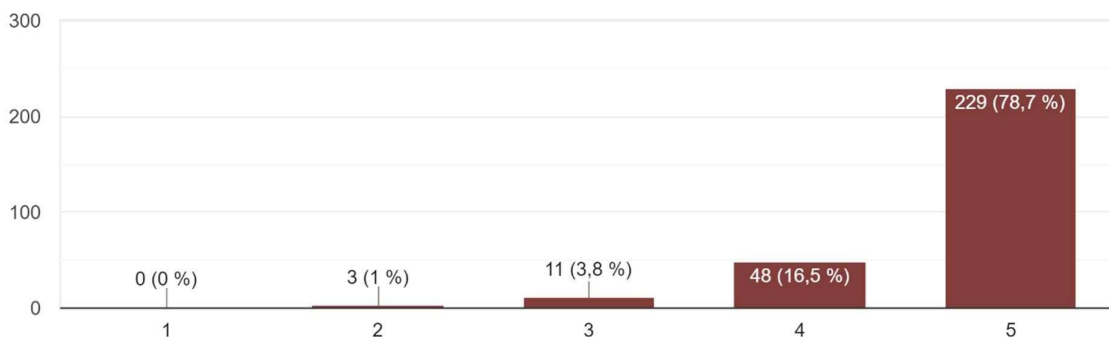


Gráfico 4. Gestión para renovación de carné.



Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo valor resultado es: **4,73**, que corresponde una opinión **muy buena** de parte de los conductores de cisternas que ingresan a nuestras terminales de distribución.

### b) Contenido de las capacitaciones

¿Los contenidos de las capacitaciones para la renovación del carné me ayudan a desempeñar mejor mi trabajo?

291 respuestas

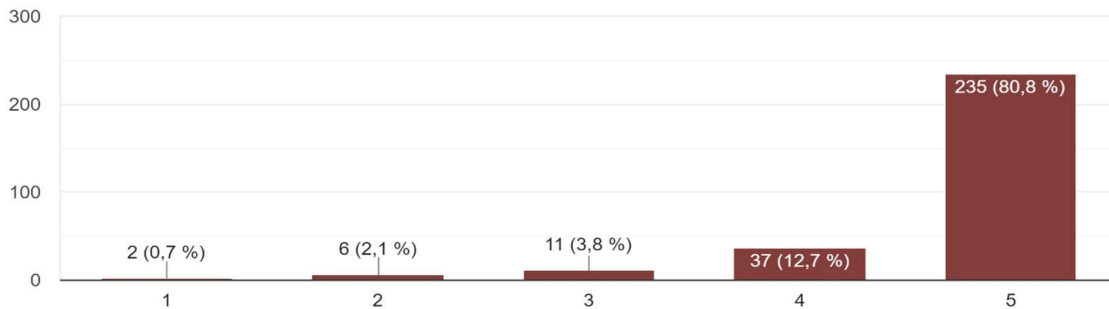


Gráfico 5. Valoración sobre capacitaciones para choferes.

Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo resultado es: **4,70**, que corresponde una opinión **muy buena** de los choferes.

Considerando los resultados anteriores a esta etapa del proceso de venta se le asigna un valor numérico total de **4,72**.

## Gestión de medios de pago

Como parte del proceso de evaluación del cliente externo, se consultó a los clientes sobre los medios que utilizan para la compra de los combustibles. El gráfico a continuación resume los medios de pago que más utilizan los clientes con referencia a los disponibles, donde su respuesta puede incluir más de un medio:

### 2. Cuáles medios de pago utiliza su Empresa

66 respuestas

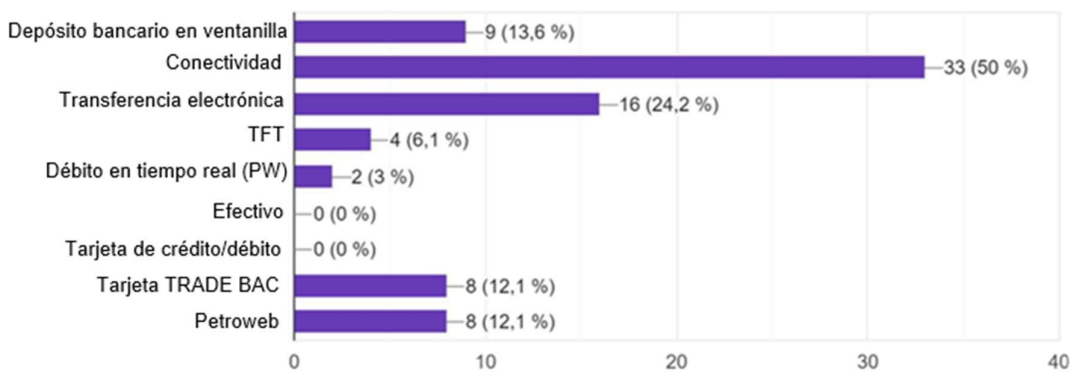


Gráfico 6. Medios de pago utilizados por los clientes



Es importante identificar que, aunque a criterio de esta dependencia el mejor medio de pago es Petroweb, el medio más utilizado es Conectividad, seguido por transferencia electrónica. Entre ambos se realiza aproximadamente el **74 %** de los pagos a RECOPE.

A continuación, se presenta la valoración de los clientes respecto a los medios de pago que RECOPE ha puesto a su disposición:

3. ¿Cuál es su opinión sobre ese (os) medio (s) de pago:

66 respuestas

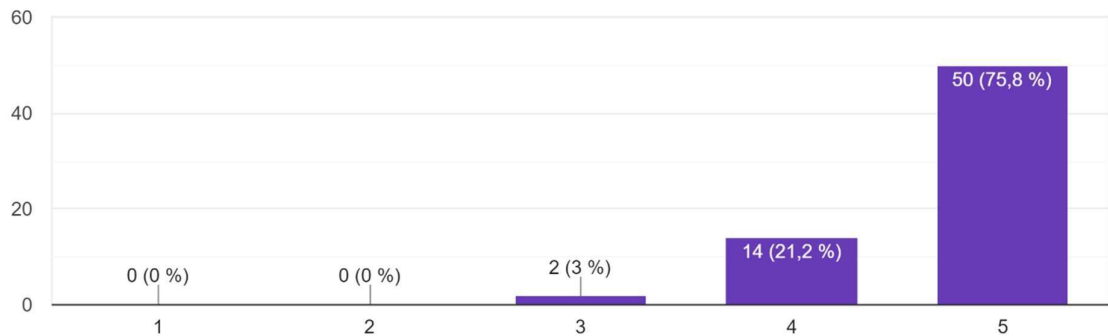


Gráfico 7. Opinión sobre medios de pago disponibles

Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo valor número es **4,73**; con la que se concluye que la opinión sobre los medios de pago es **muy buena**.

## Medios de comunicación

RECOPE cuenta con diversos medios de comunicación que pone a disposición de los clientes externos. Al respecto el gráfico a continuación muestra que de manera contundente el correo electrónico es el medio predilecto. Para el caso particular de estaciones de servicio se agregó una consulta adicional para conocer si se comunican con RECOPE por medio de la Cámara de Empresarios del Combustible.

8. ¿ Por cuál medio se comunica o recibe información por parte de RECOPE?

66 respuestas

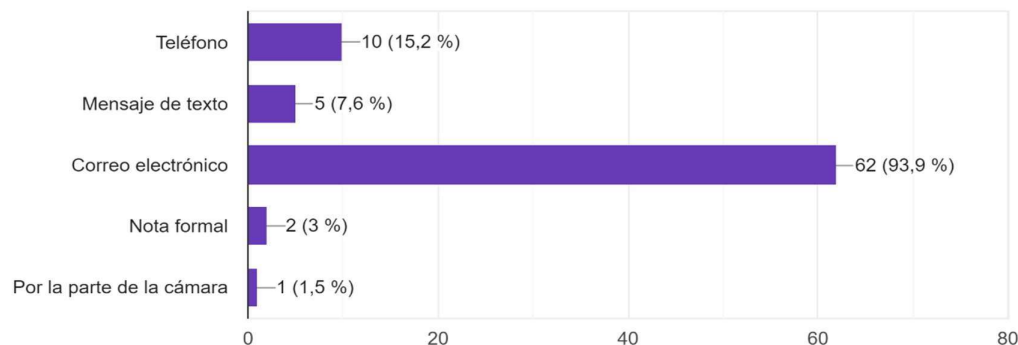


Gráfico 8. Medios de comunicación utilizados por los clientes, con opción múltiple.



## Contraloría de Servicios

Se puede concluir que, si el cliente utiliza más el correo electrónico para comunicarse con RECOPE, también será el medio por el cual reciba información, por lo que de los datos este se vuelve relevante mantener actualizado en las plataformas.

Además, esta encuesta valoró el uso de la plataforma de información (Call Center) para realizar consultas, obteniendo el resultado que se muestra gráficamente a continuación:

10. Utiliza la Plataforma de Información  
66 respuestas

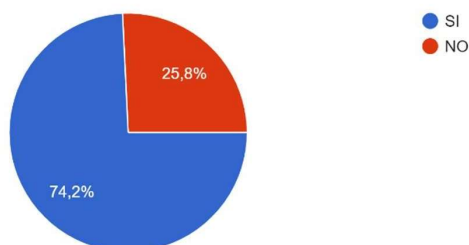


Gráfico 9. Uso de Call Center para atención

## Compra en terminales-experiencia de los conductores de cisternas

En esta sección se incluye diferentes mecanismos para la valoración de todo el proceso de compra una vez que los conductores de cisternas a las terminales. Esta sección es relevante en el informe debido a que es la parte sustancial del proceso de venta. Se evaluaron opiniones sobre las personas de diferentes dependencias que se ven implicadas desde el ingreso, siguiendo con las medidas de seguridad, el proceso de carga, la facturación y la salida.

Para efectos de asignación de un valor numérico se asignará un resultado único general para el servicio, sin embargo, en la sección de observaciones se abordarán temas indicados por los clientes de manera individual, con situaciones específicas por terminal.

### a) Trato y servicio de los oficiales de seguridad.

El gráfico que se muestra a continuación refleja la percepción del servicio que dan los oficiales de seguridad a los conductores a nivel general.

¿Como considera el trato recibido por los oficiales de seguridad?  
292 respuestas

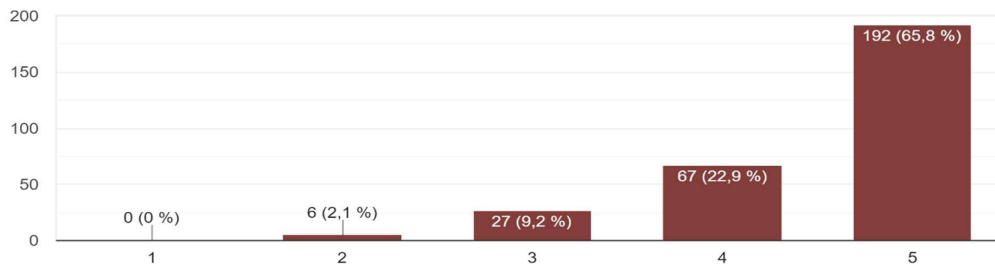


Gráfico 10. Valoración del servicio ofrecido por oficiales de seguridad



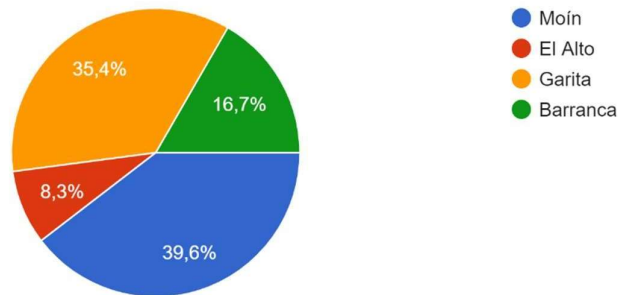
Contraloría de Servicios

Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo valor número es: **4,53**, que corresponde una opinión **muy buena** de los choferes.

Sin embargo, entre los choferes que indicaron que el trato de los oficiales de seguridad podría mejorar o han tenido inconvenientes, se distribuyen de la siguiente manera por terminal:

Si no está satisfecho, por favor indique en cuál terminal y el motivo por el que no lo está.

48 respuestas



**Gráfico 11.** Distribución por terminal de clientes insatisfechos con el trato de los oficiales

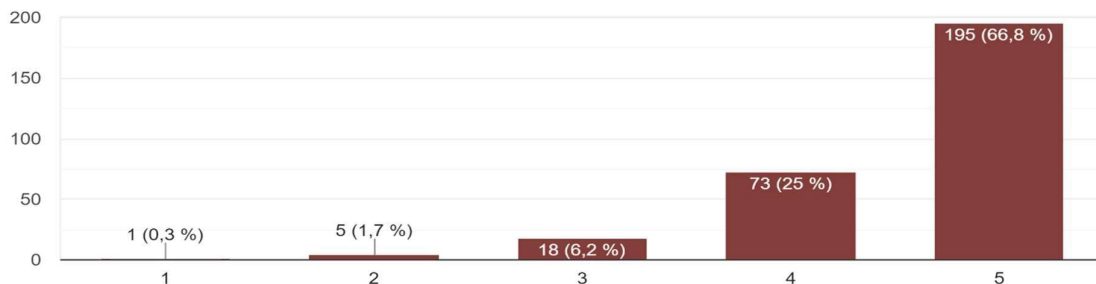
Siendo Moín y La Garita las terminales donde se presenta mayor número de inconformidades. Sin embargo, se hace la salvedad que en términos relativos y con respecto a la totalidad de la muestra solo aproximadamente un 11 % de los encuestados indican alguna valoración entre regular y mala.

**b) Trato y servicio personal de Seguridad Ocupacional (SAS).**

El gráfico que se muestra a continuación refleja la percepción del servicio que da el personal de seguridad ocupacional a los conductores en términos generales nivel general.

¿Como considera el trato recibido por el personal Seguridad Ocupacional?

292 respuestas



**Gráfico 12.** Valoración del trato a los choferes por el personal de SAS

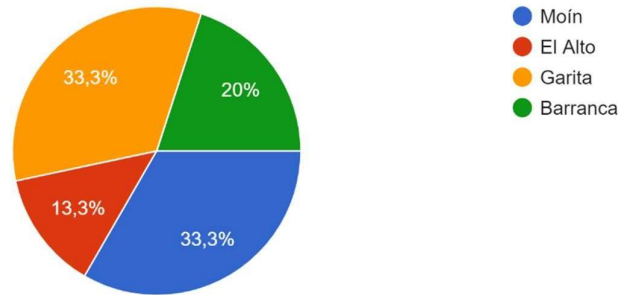


Contraloría de Servicios

Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo valor número es: **4,56**, que corresponde una opinión **muy buena** de los choferes.

Sin embargo, entre los conductores que indicaron que el trato de los inspectores de SAS podría mejorar o han tenido inconvenientes, se distribuyen de la siguiente manera por terminal:

Si no está satisfecho, por favor indique en cuál terminal y el motivo por el que no lo está.  
30 respuestas



**Gráfico 13.** Distribución por terminal de clientes insatisfechos con el trato del personal de SAS

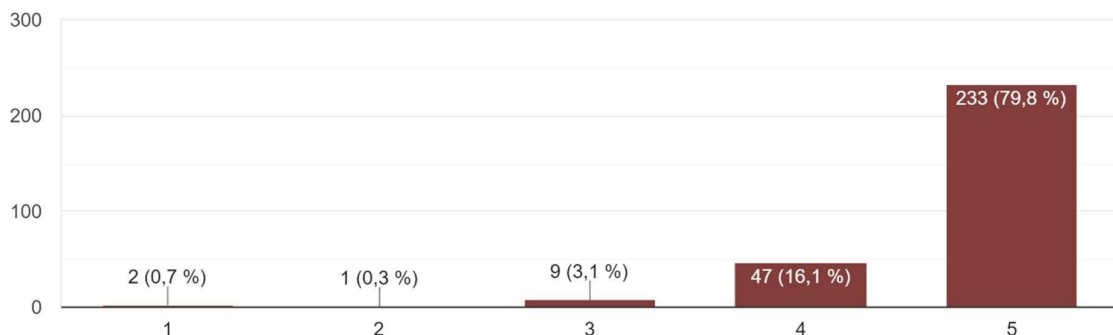
Nuevamente, Moín y La Garita son las terminales donde se presenta mayor número de inconformidades. En términos relativos y con respecto a la totalidad de la muestra aproximadamente un 20 % de los encuestados indican alguna valoración entre regular y mala.

**c) Trato y servicio personal de Operarios de Abastecimiento e Inspectores de Patio.**

El gráfico que se muestra a continuación refleja la percepción del servicio que da el personal de distribución en el rack durante el proceso de carga de cisternas a los choferes en términos generales nivel general.

¿Como considera el trato recibido por el personal en el rack de carga?

292 respuestas



**Gráfico 14.** Valoración del trato a choferes por parte del personal de Distribución



Contraloría de Servicios

Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo valor número es: **4,74**, que corresponde una opinión **muy buena** de los choferes.

Entre los choferes que indicaron que el trato de Operarios e Inspectores podría mejorar o han tenido inconvenientes, se distribuyen de la siguiente manera por terminal:

Si no está satisfecho, por favor indique en cuál terminal y el motivo por el que no lo está.

21 respuestas

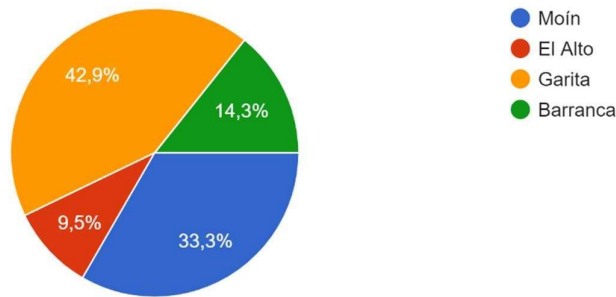


Gráfico 15. Distribución por terminal de clientes insatisfechos con el trato del personal de Distribución

En este caso, a diferencia de los anteriores, predomina La Garita, seguido por Moín como las terminales donde se presentan mayor número de inconformidades. Sin embargo, se hace la salvedad que en términos relativos y con respecto a la totalidad de la muestra solo aproximadamente un 3 % de los encuestados indican alguna valoración entre regular y solo un 0,3 % indica que la atención y servicio es malo. Esto puede obedecer a casos aislados en lugar de una mala práctica sistemática.

d) Trato y servicio personal de Facturación

El gráfico que se muestra a continuación refleja la percepción del servicio que da el personal en el área de Facturación en término generales

¿Como considera el trato recibido por el personal Facturación?

292 respuestas

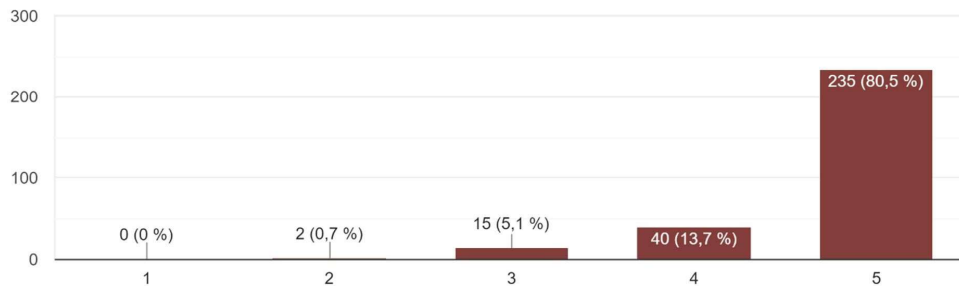


Gráfico 16. Valoración de la satisfacción de los choferes con el servicio del personal de Facturación

Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo valor número es: **4,74**, que corresponde una opinión **muy buena** de los choferes.

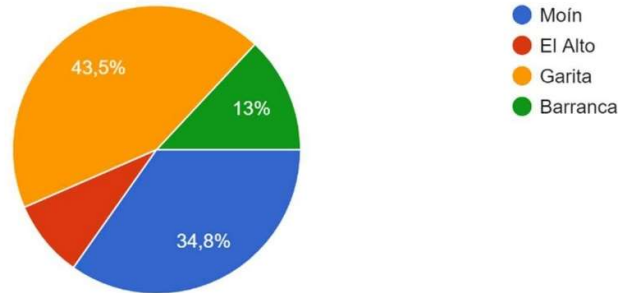


## Contraloría de Servicios

Entre los choferes que indicaron que el trato de los facturadores podría mejorar o han tenido inconvenientes, se distribuyen de la siguiente manera por terminal:

Si no está satisfecho, por favor indique en cuál terminal y el motivo por el que no los está.

23 respuestas



**Gráfico 17.** Distribución por terminal de clientes insatisfechos con el servicio del personal de Facturación

En este caso, a diferencia de los anteriores, predomina La Garita, seguido por Moín como las terminales donde se presentan mayor número de inconformidades. Sin embargo, se hace la salvedad que en términos relativos y con respecto a la totalidad de la muestra solo aproximadamente un 5 % de los encuestados indican alguna valoración entre regular y solo un 0,7 % indica que la atención y servicio es malo.

## Calidad del producto

En esta sección se incluye diferentes mecanismos para la valoración de los clientes sobre la calidad del producto. Se analiza la percepción desde la óptica de dos usuarios distintos:

- Usuario final del producto: consultado a personal de planta, encargados de mantenimiento, personal operativo, entre otros; de clientes directos previamente indicados en este informe. Obtenido por medio de entrevistas durante las visitas proactivas. En este caso también se incluirá una percepción general sobre el servicio desde el punto de vista de este segmento de clientes.
- Encargados de compras, consultados por medio de la encuesta anual.

En la sección se comentará casos y razones por las cuales los clientes indican alguna inconformidad en la calidad del producto.

### a) Usuario final cliente directo (visitas proactivas)

En este caso particular la valoración se realiza en una escala de 1 a 10, con el fin de utilizar el mismo parámetro se realiza la conversión a la escala de 1 a 5 utilizada en todo el documento; este dato se coloca entre paréntesis. La tabla que se muestra a continuación indica la percepción de la calidad de los productos según el usuario final.



**Tabla 1.** Percepción de la calidad por tipo de producto según usuario final.

Producto	Resultado	Valoración
Diésel	9,40 (4,70)	Muy bueno
GLP	9,54 (4,77)	Muy bueno
Bunker	7,25 (3,63)	Bueno

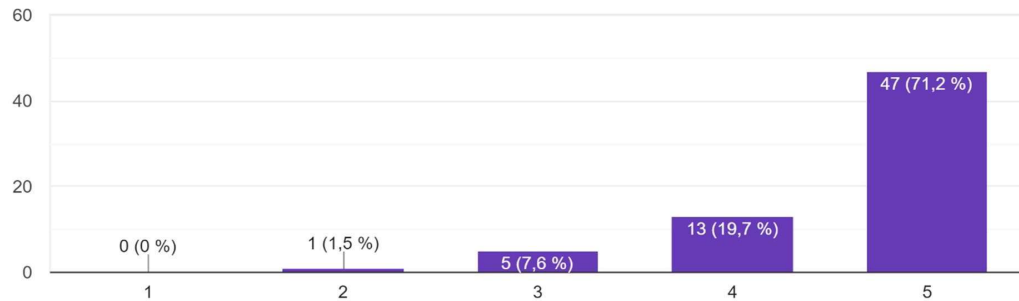
Por otra parte, en este caso a nivel de servicio los usuarios finales dan una valoración de 9,25 (**4,65**) por lo que consideran que el servicio recibido es muy bueno.

**b) Usuario final cliente directo (encuesta anual)**

El gráfico que se muestra a continuación refleja la percepción de la calidad del producto obtenido mediante la encuesta anual. Se reafirma que únicamente considera Diésel, Gasolinas, GLP y Bunker.

4. ¿Cuál es su opinión sobre la calidad del producto que compra?

66 respuestas



**Gráfico 18.** Valoración por parte de los clientes directos de la calidad del producto

Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo valor numérico es: **4,60**, que corresponde una percepción **muy buena** de la calidad del producto. A nivel individual a continuación se presenta una tabla que resume la percepción por producto.

**Tabla 2.** Percepción de la calidad por tipo de producto según encuesta anual.

Producto	Resultado	Valoración
Diésel	4,75	Muy bueno
Gasolinas	4,92	Muy bueno
GLP	4,50	Muy bueno
Bunker	3,29	Regular

De los resultados obtenidos por ambas metodologías en general se asigna un valor promedio a la percepción de la calidad de los productos de **4,37**, considerando el producto como bueno.

Es importante considerar que este resultado se ve ampliamente afectado a la percepción sobre la calidad del bunker, ya que el estadístico utilizado da la misma importancia relativa a cada los productos, sin estar afectado por el nivel de participación en las ventas totales de cada uno de los productos.



## Servicios post venta

Como parte de la evaluación, en la encuesta anual se consultó a los clientes sobre servicios postventa, en este caso se consultó sobre los siguientes:

- Gestión de notas de crédito.
- Uso de sumidero.
- Devolución de saldos.
- Actualización de datos maestros.

De la totalidad de las consultas un 44 % utilizó alguna de estas facilidades ofrecidas por RECOPE. Los resultados obtenidos se muestran en el gráfico a continuación:

6. La resolución de su trámite fue:

28 respuestas

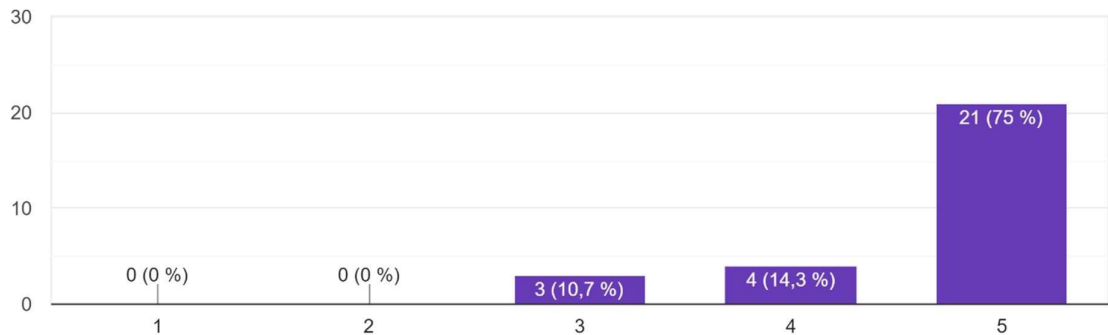


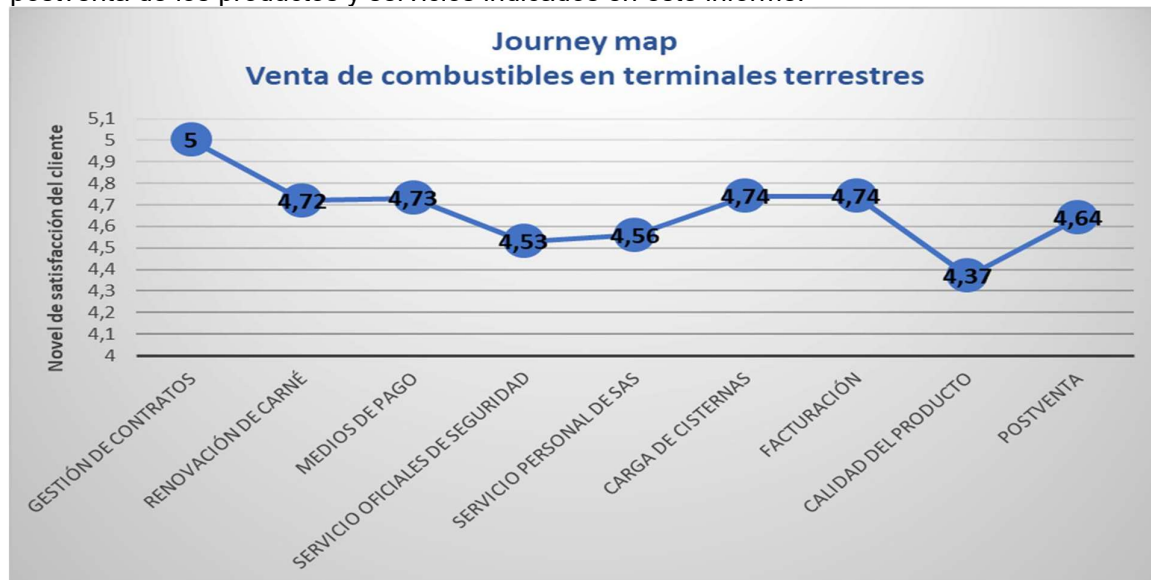
Gráfico 19. Valoración en la resolución de gestiones postventa

Se utiliza como medida de tendencia central el promedio, cuyo valor número es: **4,64**, que corresponde una percepción ***muy buen*** servicio.



## Journey map

La creación de journey map ofrece el punto de vista de los clientes sobre la Empresa y ofrece una representación visual del proceso de venta de combustibles donde el cliente refleja su percepción y emociones a través de cada punto de contacto. En este caso se presenta el journey map del proceso mostrado en el mapa de procesos enfocado en la preventa, venta y postventa de los productos y servicios indicados en este informe.



El nivel general de satisfacción de los servicios y productos de RECOPE se obtiene del promedio de la valoración asignada a cada una de las etapas indicadas en el mapa anterior, obteniendo un valor de **4,67**, lo que se considera como **muy bueno**.

#### 4. ¿Qué limitaciones experimentó en el ejercicio de esta función?

Una limitante es que las personas usuarias se resisten a completar los instrumentos de medición, para abordar esta limitación, es crucial comunicar de manera efectiva el propósito y la importancia de la medición, así como garantizar la privacidad y confidencialidad de los datos recopilados.

#### 5. Si lo considera oportuno, puede adjuntar documentos relevantes.

Consideramos que no contamos con documentos relevantes para aportar.

Es menester señalar que de conformidad con lo establecido en el numeral 14 inciso 13) de la Ley N°9158, denominada Ley Reguladora del Sistema Nacional de Contralorías de Servicios, este órgano elaborará y aplicará, al menos una vez al año, instrumentos que permitan medir la percepción, con el propósito de obtener la opinión de las personas usuarias sobre la calidad de la prestación de los servicios, grado de satisfacción y las mejoras requeridas, en colaboración de la Dirección Comercial.



### III. Anexos

1. Catálogo de Productos 2023.
2. A continuación, se indican los enlaces en los cuales se puede consultar las encuestas aplicadas.
  - a) Gestión de Contratos  
<https://forms.gle/Mu7hmddNVzX5FRBD9>
  - b) Encuesta anual de la Dirección Comercial  
<https://forms.gle/eB7FCt6s4nWDXxo46>
  - c) Encuesta a conductores  
<https://forms.gle/iazdyY4SttCgiTQF7>

**Eunice Paddyfoot Melone**  
Contralora de Servicios

