

# INFORME DE RESULTADOS



UNIVERSIDAD DE  
**COSTA RICA**

UNIDAD DE SERVICIOS ESTADÍSTICOS

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA Escuela de Estadística 2026

## Contenido

I.	INTRODUCCIÓN.....	9
II.	ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	10
III.	ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	14
a)	Hallazgos principales .....	14
	<b>Con respecto a las sucursales.....</b>	14
	<b>Con respecto a servicios crediticios.....</b>	14
	<b>Conocimiento y posicionamiento de JUPEMA .....</b>	14
b)	Satisfacción con el servicio .....	15
	<b>Información recibida .....</b>	15
	<b>Atención recibida.....</b>	15
	<b>Infraestructura.....</b>	16
	<b>Tiempos de espera.....</b>	16
	<b>Comparación con la competencia.....</b>	16
c)	Percepciones de las personas afiliadas.....	16
	<b>Percepciones institucionales .....</b>	16
	<b>Puntos de fricción.....</b>	16
	<b>Necesidades por segmento .....</b>	16
d)	Nivel de posicionamiento de JUPEMA .....	17
	<b>Posicionamiento de marca y confianza .....</b>	17
e)	Recomendaciones .....	20
	<b>Acciones sobre la calidad del servicio en sucursales .....</b>	20
	<b>Acciones sobre la calidad informativa del crédito.....</b>	20
	<b>Acciones sobre infraestructura y acceso.....</b>	20
	<b>Acciones sobre posicionamiento y comunicación .....</b>	20
	<b>Acciones sobre canales digitales y actualización de datos .....</b>	21
a)	Sucursales.....	22
i.	Características de los entrevistados .....	22
ii.	Satisfacción con el servicio brindado en la sucursal .....	23
iii.	Conocimientos de la oficina de servicio al afiliado.....	26
b)	Crédito .....	27
i.	Características de las personas entrevistadas.....	27
ii.	Divulgación de información sobre créditos.....	28

iii.	Satisfacción de los medios de información .....	29
iv.	Condiciones del crédito.....	36
v.	Satisfacción con el trámite de créditos y servicios .....	38
vi.	Satisfacción con el crédito adquirido .....	40
vii.	Necesidades de créditos .....	49
c)	Conocimiento de JUPEMA .....	50
i.	Posicionamiento de JUPEMA.....	51
ii.	Acercamiento con JUPEMA .....	53
iii.	Uso de canales digitales .....	58
iv.	Conocimiento sobre créditos.....	59
v.	Conocimientos sobre prestaciones sociales .....	62
vi.	Conocimiento de la oficina de servicio al afiliado .....	64
vii.	Reputación Institucional de JUPEMA.....	66
viii.	Actualización de datos.....	74

## ÍNDICE DE CUADROS POBLACIÓN SUCURSALES

Cuadro S1. Distribución porcentual de las personas visitantes en las sucursales según principales características. 2026 _____	22
Cuadro S2. Distribución porcentual de las personas visitantes de las sucursales según trámites realizados por región y sexo _____	23
Cuadro S3. Distribución porcentual de las personas visitantes de las sucursales según región y sexo por realización del trámite por el cual visitó la sucursal. 2026 _____	23
Cuadro S4. Distribución porcentual de las personas visitantes a las sucursales según región y sexo por opinión sobre sí la persona que le atendió le propuso otros medios para realizar el trámite. 2026 ____	24
Cuadro S5. Puntaje promedio en una escala de 0 a 10 de la experiencia en la sucursal según región y sexo. 2026 _____	24
Cuadro S6. Distribución porcentual de las personas visitantes a las sucursales según opinión sobre las condiciones de la infraestructura de las sucursales por sexo y región. 2026 _____	24
Cuadro S7. Distribución porcentual de las personas visitantes a las sucursales según opinión sobre el tiempo de atención en la visita a la sucursal por sexo y región. 2026 _____	25
Cuadro S8. Porcentaje de personas que respondieron de forma afirmativa a aspectos relacionados con el trato dado por la persona que le atendió por sexo y región. 2026 _____	25
Cuadro S9. Porcentaje de personas que respondieron de forma afirmativa a aspectos relacionados a la Oficina de Servicio del Afiliado (OSA) por sexo y región. 2026 _____	26

## ÍNDICE DE CUADROS POBLACIÓN CON CRÉDITOS

Cuadro C1. Distribución porcentual y absoluta de las personas entrevistadas según características personales. 2026 .....	27
Cuadro C2. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por medios por los que se enteró de los créditos de JUPEMA. 2026.....	28
Cuadro C3. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por los medios en que solicitó información antes de tramitar los créditos con JUPEMA. 2026.....	29
Cuadro C4. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por la atención cordial recibida al momento de solicitar el crédito. 2026 .....	30
Cuadro C5. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre sí recibió información útil al solicitar información sobre crédito por primera vez. 2026 ..	31
Cuadro C6. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre sí la persona que le atendió mostro interés en ayudarle al solicitar información sobre crédito por primera vez. 2026.....	32
Cuadro C7. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre el tiempo que esperó para que le atendieran cuando fue por primera vez a solicitar un crédito. 2026 .....	33
Cuadro C8. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre el tiempo que dedicó el agente en atenderla la primera vez que fue a solicitar un crédito. 2026.....	34
Cuadro C9. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre la información brindado por el personal de JUPEMA, comparado con otras entidades financiera. 2026 .....	35
Cuadro C10. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por la claridad de la información recibida cuando solicitó el crédito. 2026.....	36
Cuadro C11. Porcentaje de personas que recibieron las condiciones del crédito la primera vez que solicitaron información según características personales. 2026 .....	37
Cuadro C12. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por el medio por el que realizó la solicitud de crédito. 2026 .....	38
Cuadro C13. Porcentaje de personas que califican como “buena” o “muy buena” la asesoría e información recibida al formalizar el crédito según características personales.2026.....	39
Cuadro C14. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre si se logró cubrir las necesidades por las que solicitó el crédito. 2026.....	40
Gráfico C15. Número de personas para las que el crédito no logró cubrir sus necesidades según el motivo por el cuál no le alcanzó (n=25).....	40
Cuadro C16. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre el monto de la cuota mensual de los préstamos. 2026 .....	41
Cuadro C17. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por los medios por la opinión sobre las tasas de interés de los préstamos. 2026 .....	42
Cuadro C18. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por los medios por la opinión sobre los plazos de pago de préstamos. 2026.....	43
Cuadro C19. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por los medios por la opinión sobre los requisitos solicitados para la formalización de créditos. 2026 .....	44
Cuadro C20. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre el tiempo requerido para formalizar los préstamos. 2026 .....	45
Gráfico C21. Porcentaje de personas entrevistadas según la recomendación de mejora al programa de créditos de JUPEMA. 2026 .....	46

Cuadro C22. Porcentaje de personas que afirma haber recibido el estado de cuenta de su crédito en los últimos tres meses y porcentaje que opina que la información recibida es útil según características personales. 2026 .....	47
Cuadro C23. Porcentaje de personas que volvería a solicitar un crédito con JUPEMA según características personales. 2026 .....	48
Cuadro C24. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por intención de solicitar algún crédito. 2026 .....	49
Gráfico C25. Número de personas entrevistadas que están considerando solicitar un nuevo crédito según la finalidad para la que lo usarían (n= 58). .....	49

## ÍNDICE CUADROS CONOCIMIENTOS DE JUPEMA

Cuadro AP1 Perfil demográfico de las personas afiliadas activas y pensionadas en el estudio de “Conocimiento de JUPEMA”. 2026.....	50
Cuadro AP2. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que sabe qué significa JUPEMA según características personales. 2026.....	51
Cuadro AP3. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que conoce los servicios brindados por JUPEMA por servicio según características personales. 2026 .....	52
Cuadro AP4. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han visitado una sucursal de JUPEMA según características personales. 2026.....	53
Cuadro AP5. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han recibido un correo electrónico de JUPEMA según características personales. 2026 .....	54
Cuadro AP6. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han recibido un mensaje de WhatsApp de JUPEMA según características personales. 2026 .....	55
Cuadro AP7. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que ha visto contenido de JUPEMA en redes sociales según características personales. 2026 .....	56
Cuadro AP8. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas a las que les parece útil la información enviada por JUPEMA por medio de recepción de la información según características personales. 2026 .....	57
Cuadro AP 9 Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han realizado una consulta mediante canales electrónicos y cuya consulta se resolvió de forma satisfactoria según canal utilizado. ....	58
Cuadro AP 10 Calificación promedio de aspectos relevantes de los canales digitales de JUPEMA (Calificación en escala de 0 a 5).....	58
Cuadro AP11. Porcentaje de personas activas y pensionadas que conoce los tipos de créditos ofrecidos por JUPEMA según características personales. 2026 .....	59
Cuadro AP 12 Porcentaje de personas activas y pensionadas que ha solicitado información sobre un crédito en JUPEMA según características personales. 2026 .....	60
Gráfico AP 13 Porcentaje de personas afiliadas activas por tipo de crédito de interés.....	61
Cuadro AP 14 Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que se ha enterado de conferencias, charlas, talleres o actividades recreativas realizadas por JUPEMA según características personales. 2026 .....	62
Gráfico AP 15 Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas por razones para no asistir a las actividades organizadas por JUPEMA .....	63
Cuadro AP16. Porcentaje de personas activas y pensionadas que conoce cómo poner quejas, denuncias o sugerencias en JUPEMA según características personales. 2026 .....	64
Cuadro AP17. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han tenido denuncias o quejas para JUPEMA según la acción tomada. 2026 .....	65
Cuadro AP18. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con que con que JUPEMA es una institución respetable según características personales. 2026.....	66
Cuadro AP19. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “confío en las decisiones que JUPEMA toma sobre mi pensión” según características personales. 2026 .....	67
Cuadro AP20. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con que JUPEMA realiza una gestión transparente de mi pensión según características personales por tipo de afiliado. 2026.....	68

Cuadro AP21. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “creo en las informaciones que da JUPEMA sobre los fondos de pensiones” según características personales. 2026.....69

Cuadro AP22. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “JUPEMA se preocupa por el bienestar de sus afiliados” según características personales. 2026 .....70

Cuadro AP23. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “El personal de JUPEMA da un buen trato a las personas afiliadas” según características personales. 2026 .....71

Cuadro AP24. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “Siento que la imagen de JUPEMA es positiva ante la sociedad” según características personales. 2026 .....72

Cuadro AP25. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “Creo que es mejor estar afiliado(a) a JUPEMA que otro fondo de pensiones según características personales. 2026.....73

Cuadro AP26 Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que ha actualizado sus datos personales en JUPEMA en los últimos 12 meses según características personales. 2026 .....74

Cuadro AP27. Distribución porcentual de las personas activas y pensionadas que han actualizado los datos personales en JUPEMA según característica personas por tipo de afiliado y medio por el que realizó la actualización. 2026.....75

## I. INTRODUCCIÓN

El presente documento resume los resultados que desde la Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica (UCR) en colaboración con la Junta de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional (JUPEMA), se realizó para la medición de la opinión de las personas afiliadas de JUPEMA sobre los servicios que se brinda, para el 2025-2026.

Como parte del deseo por la mejora continua de los servicios de la Junta, se requiere conocer qué opinan las personas afiliadas. Es por ello por lo que JUPEMA, contrata a la USES, para llevar a cabo la recolección y análisis de información.

Es importante destacar que desde 1958 a través de la ley 2248 se crea la institución, con la responsabilidad *“de gestionar eficientemente las pensiones del Magisterio Nacional, para garantizar los derechos de las personas afiliadas y contribuir a su calidad de vida y bienestar”*.

## II. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para evaluar de forma comprensiva los servicios brindados por JUPEMA a sus personas afiliadas, se definieron tres poblaciones de interés:

- 1) Personas afiliadas (activas y pensionadas),
- 2) Personas con créditos activos en JUPEMA y
- 3) Personas que visitan las sucursales de JUPEMA.

Para estudiar a las **personas afiliadas** se aplicó un instrumento que evaluó el posicionamiento de JUPEMA, el acercamiento de las personas afiliadas con la institución, el uso de los canales digitales disponibles, el conocimiento sobre las líneas de crédito, las prestaciones sociales y la oficina de servicio al afiliado de JUPEMA, la reputación de la institución entre sus personas afiliadas y la actualización de datos ante la institución.

Para estudiar a las **personas con créditos** se aplicó un instrumento que evaluó la atención brindada durante el proceso de solicitud del crédito, las percepciones sobre las condiciones del crédito, la calidad del servicio brindado durante la tramitación del crédito y la satisfacción con el crédito obtenido.

Para estudiar a las **personas que visitan las sucursales** se aplicó un instrumento que evaluó la atención brindada a las personas durante la visita, las condiciones de la sucursal y el conocimiento de las personas sobre la oficina de atención al afiliado.

Para las dos primeras poblaciones se seleccionó una muestra aleatoria de personas de las bases de datos que posee JUPEMA sobre sus afiliados utilizando un diseño aleatorio y estratificado por edad y sexo. El tamaño de muestra fue calculado de forma separada para las personas afiliadas activas, personas afiliadas pensionadas y personas con créditos activos, y fue afijada a los estratos con base en las cifras del Cuadro M1, M2 y M3 entregadas por JUPEMA. El tamaño de la muestra fue calculado para cada dominio de la siguiente manera:

$$n_0 = \frac{Z_{\alpha/2}^2 * p * (1-p)}{moe^2} \quad (1)$$

Donde,

- $n_0$  representa el tamaño de la muestra
- $Z_{\alpha/2}$  representa el cuantil de una distribución normal estándar asumiendo un 95% de confianza
- I.  $p$  representa la proporción de una variable de interés. Se asigna 0,5 para maximizar la variancia

- *moe* representa el margen de error deseado para las estimaciones. Que fue fijado en 5 puntos porcentuales

Finalmente, cada tamaño de muestra calculado fue corregido de acuerdo con tamaño de su correspondiente población utilizando la ecuación 2. El resultado de dicha corrección se muestra en la línea de “entrevistas previstas” del Cuadro M4.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}} \quad (2)$$

**Cuadro M 1 Distribución absoluta y porcentual de la población afiliada activa por sexo y grupo de edad**

<b>Grupo etario</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Total</b>
Menos de 30	7 277 (8,94%)	3 080 (8,69%)	<b>10 357</b> <b>(8,86%)</b>
Entre 30 y 45	39 566 (48,58%)	16 877 (47,63%)	<b>56 443</b> <b>(48,30%)</b>
Entre 45 y 60	31 118 (38,21%)	13 323 (37,60%)	<b>44 441</b> <b>(38,03%)</b>
60 o más	3 476 (4,27%)	2 152 (6,07%)	<b>5 628</b> <b>(4,82%)</b>
<b>Total</b>	<b>81 437</b>	<b>35 432</b>	<b>116 869</b>

Fuente: Departamento Actuarial, JUPEMA, 2026.

**Cuadro M 2. Distribución absoluta y porcentual de la población afiliada pensionada por sexo y grupo de edad.**

<b>Grupo etario</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Total</b>
Menos de 30	437 (1,16%)	415 (2,50%)	<b>852</b> <b>(1,57%)</b>
Entre 30 y 45	265 (0,70%)	145 (0,87%)	<b>410</b> <b>(0,76%)</b>
Entre 45 y 60	3 693 (9,80%)	1 558 (9,38%)	<b>5 251</b> <b>(9,67%)</b>
60 o más	33 287 (88,34%)	14 490 (87,25%)	<b>47 777</b> <b>(88,00%)</b>
<b>Total</b>	<b>37 682</b>	<b>16 608</b>	<b>54 290</b>

Fuente: Departamento Actuarial, JUPEMA, 2026.

**Cuadro M 3. Distribución absoluta y porcentual de la población afiliada con crédito por sexo y grupo de edad.**

<b>Grupo etario</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Total</b>
Menos de 30	11 (0,75%)	7 (0,77%)	<b>18</b> <b>(0,76%)</b>
Entre 30 y 45	305 (20,71%)	167 (18,35%)	<b>472</b> <b>(19,81%)</b>
Entre 45 y 60	448 (30,41%)	257 (28,24%)	<b>705</b> <b>(29,58%)</b>
60 o más	709 (48,13%)	479 (52,64%)	<b>1 188</b> <b>(49,85%)</b>
<b>Total</b>	<b>1 473</b>	<b>910</b>	<b>2 383</b>

Fuente: Departamento Actuarial, JUPEMA, 2026.

La ejecución del trabajo de campo para los estudios de conocimiento y crédito se organizaron de la siguiente forma. Durante el trabajo de campo el centro de llamadas estuvo activo de las 8a.m. a las 8p.m. en tres turnos: de 8 a.m. a 12m.d. de 1.p.m. a 5p.m. y de 5p.m. a 8p.m. En cada turno se asignó una lista de números telefónicos a las personas entrevistadoras. Cada persona entrevistadora debía llamar a la lista asignada y en caso de que se lograra establecer contacto, debía presentarse con nombre y apellido, mencionar que se llamaba de parte de la Universidad de Costa Rica a nombre de JUPEMA y aplicar el consentimiento informado antes de iniciar la entrevista. En caso de que la persona no pudiera contestar la entrevista en ese momento, se agendaba una cita para realizar la entrevista en otro momento. En los casos en los que no se pudo establecer contacto, se llamó un máximo de 4 veces en días y horas distintas para maximizar las posibilidades de encontrar a la persona.

Para estudiar el servicio brindado en las sucursales se visitaron las 12 sucursales que tiene JUPEMA en todo el territorio nacional y se realizaron entre 20 y 30 entrevistas por sucursal dependiendo de la afluencia por sucursal reportada por JUPEMA. Para aplicar las entrevistas, una o dos personas entrevistadoras visitaron cada sucursal de JUPEMA durante sus horas de operación y dentro de la sucursal se invitó a todas las personas que ingresaban a participar del estudio. Todas las sucursales se visitaron al menos dos días tanto en la mañana como en la tarde.

En el cuadro M4 se resumen algunos detalles del trabajo de campo realizado.

**Cuadro M 4. Resumen del trabajo de campo realizado por la USES**

<b>Indicador</b>	<b>Personas afiliadas</b>	<b>Personas con crédito</b>	<b>Personas en sucursales</b>
Modo de entrevista	Telefónica	Telefónica	Cara a cara en cada sucursal
Fechas de trabajo de campo	8/4/2026 al 7/5/2026	4/3/2026 al 21/3/2026	2/3/2026 al 30/4/2026
Duración promedio de la entrevista	10 minutos	5 minutos	2,5 minutos
Entrevistas previstas	764	331	300
Entrevistas efectivas	734	349	348

### III. ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### a) Hallazgos principales

##### **Con respecto a las sucursales**

- La mayoría de las personas que visitan las sucursales (63,0%) son personas jubiladas, a pesar de que no son las únicas
- Las personas visitantes acuden principalmente para evacuar consultas (35,5%), para solicitar constancias de condición de persona pensionada (16,8%), desgloses (16,5%) y el trámite de solicitud de pensión (13,0%).
- El 90,8% de las personas logró realizar el trámite por el cual visitó la sucursal, lo cual habla de la efectividad del punto de contacto para las personas usuarias.
- Las personas que visitan las sucursales tienen una experiencia bastante positiva durante su visita, pues en promedio la califican con un 9,76 en una escala de 0 a 10.
- Solo el 39,9% de las personas consultadas considera que los espacios disponibles para parqueo son suficientes.
- Únicamente al 61,3% de quienes no pudieron realizar su trámite de forma presencial en la sucursal se les informó sobre otros medios disponibles para poder canalizar su solicitud de la manera adecuada.
- Existe evidencia de una brecha territorial en cuanto a los trámites realizados con éxito. Los trámites realizados con éxito en oficinas ubicadas dentro de la GAM son del 88,5%. Mientras tanto, este porcentaje alcanza 93,5% en las oficinas fuera de la GAM.

##### **Con respecto a servicios crediticios**

- Las sucursales son el medio más común por el que las personas adquieren información sobre las opciones de crédito. El 71,8% solicita información por esta vía.
- Las personas entrevistadas reportaron, en una clara mayoría, haber recibido atención cordial (99,7%), información útil (91%) y que el tiempo de espera fue el apropiado (93,9%).
- Las condiciones de crédito sobre las que se informan con mayor frecuencia son las formas de pago (93,4%) y los plazos y fechas (93,7%).
- La condición de crédito menos comunicada a las personas es la especificidad en las penalizaciones por cancelaciones anticipadas de la operación crediticia.
- Aunque en general la trasmisión de condiciones crediticias es alta, las personas de 60 o más años de edad, las mujeres y quienes residen fuera de la GAM tienden a reportar que reciben toda la información referente a créditos con menor frecuencia que otros grupos de usuarios.
- Cerca del 80% de las solicitudes de crédito se realizó en sucursales. Las personas calificaron bien las tasas de interés, los costos de formalización y los plazos de pago.
- Por otro lado, las personas calificaron de forma menos favorable la información sobre penalizaciones por pago anticipado, las pólizas de seguro y los plazos de aprobación.

##### **Conocimiento y posicionamiento de JUPEMA**

- Los servicios más conocidos dentro de la oferta de JUPEMA son la administración del régimen de pensiones y préstamos de dinero.

- Las personas pensionadas se involucran en las actividades organizadas por JUPEMA en mayor medida, en relación con las personas trabajadoras activas.
- En los últimos seis meses (con respecto al trabajo de campo), la información remitida por correo electrónico y WhatsApp alcanzó a dos de cada tres personas. Solo una de cada tres personas interactuó en redes sociales con las publicaciones.
- Las personas califican los medios electrónicos, en todos los casos, con una nota de 4 de 5 o superior.
- Las actividades de prestaciones sociales alcanzan a una de cada cinco personas afiliadas activas y una de cada tres personas pensionadas.
- Solo el 13,7% de las personas afiliadas activas y el 28,0% de las personas pensionadas conoce a la Oficina de Atención al Afiliado.
- Solo 1 de cada 2 personas ha actualizado sus datos en los últimos 12 meses.

## b) Satisfacción con el servicio

A continuación se desglosan los hallazgos de acuerdo con distintos componentes de interés:

### **Servicios crediticios**

- El 92,8% de las personas informantes afirmó que el crédito fue suficiente para cubrir la necesidad para la que lo solicitó.
- El 93,4% considera que los requisitos son apropiados y un 89,9% reportó estar satisfecho con el plazo de formalización.
- La satisfacción baja con respecto a las obligaciones adquiridas. El 22,4% percibe que la cuota mensual es más alta de lo que debería; 29,6% opina que las tasas son más altas de lo adecuado; 22,4% considera que el plazo del crédito es más largo de lo necesario.

### **Información recibida**

- El 87,9% de las personas recibe sus respectivos estados de cuenta. Esta información es calificada como útil por el 97,7%.
- Un 94,5% volvería a solicitar un crédito a JUPEMA. Entre el 5,5 % que no lo haría, se debe principalmente a los altos intereses.
- El 98,0% de las personas afirmó que le hablaron de forma clara y sin tecnicismos.
- Como se mencionó anteriormente, las personas están, en promedio, menos satisfechas con la información técnica que reciben de parte de los representantes de JUPEMA. Por ejemplo, una de cada tres personas afiliadas queda con dudas sobre aspectos clave del contrato, en especial con las penalizaciones por pago anticipado.

### **Atención recibida**

- La calificación del trato recibido es casi perfecta. Un 99,4% de las personas reporta haber sido tratada con cordialidad y un 99,1% reporta que hubo un interés en ayudarlo.
- El 93,3% de los hombres resuelve su trámite en la primera visita a una sucursal. Por su parte, solo el 89,1% de las mujeres lo logra en su primer intento.

- Al 38,7% de las personas que no pudieron resolver su trámite no se les ofreció ningún canal alternativo para atender la solicitud.

#### **Infraestructura**

- El 100% de las personas visitantes a sucursales está satisfecha con el orden y el aseo.
- Solo el 39,9% de las personas considera que el espacio disponible para parqueos es suficiente. Esta inconformidad es mayor fuera del GAM.

#### **Tiempos de espera**

- En el GAM, solo el 3,1% reporta que el tiempo de espera fue “mucho”. Esta cifra se duplica fuera de la GAM, ya que alcanza el 7,1 %.
- El 87,9% considera que el tiempo dedicado a la atención del trámite fue el necesario. 1 de cada 10 personas pensionadas siente que la atención fue "rápida o apresurada".
- El 85,5% califica el tiempo de atención a trámites crediticios como "justo lo necesario".

#### **Comparación con la competencia**

- El 91% de las personas afiliadas califica la utilidad de la información de JUPEMA como superior a la de otras entidades financieras.

### **c) Percepciones de las personas afiliadas**

#### **Percepciones institucionales**

- Las personas creen que JUPEMA está limitada a pensiones y préstamos. Únicamente el 2,3% de los pensionados identifica que JUPEMA realiza actividades lúdicas o de capacitación.
- Prácticamente ninguna persona entrevistada identificó las actividades de carácter social como parte del quehacer de JUPEMA. La razón más común para no participar es la falta de tiempo entre las personas trabajadoras activas y falta de interés entre las personas pensionadas.

#### **Puntos de fricción**

- Solo el 63,8% de las personas comprendió claramente las penalizaciones por pago anticipado.
- Casi tres de cada diez personas afiliadas sienten que las tasas de interés son más altas de lo adecuado.
- Aunque la atención en las sucursales es muy bien calificada, el primer punto de dolor es la dificultad para encontrar un espacio de parqueo.

#### **Necesidades por segmento**

- Las personas menores de 30 años tienen una necesidad de identificación o pertenencia. El 50 % de ellas no conoce las prestaciones sociales y tienen una necesidad de información y vinculación con la institución.
- Las personas entre 30 y 45 años muestran una necesidad específica de créditos de consolidación de deudas. Son quienes más actualizan sus datos (82%), lo que indica una buena disposición a estar en contacto con instituciones financieras.

- Es posible identificar brechas digitales por zona. Una de cada cinco personas en Guanacaste ya realiza trámites digitales, pero solo el 5 % de las personas en Puntarenas lo hace.
- Las personas pensionadas prefieren el canal de WhatsApp. Reportan que la utilidad del canal es de 86,4%, por lo que la perciben como mucho más efectiva que otras redes sociales.

## d) Nivel de posicionamiento de JUPEMA

### Posicionamiento de marca y confianza

- Con respecto al significado del acrónimo “JUPEMA”, el 82,4% de las personas pensionadas saben lo que significa. En cambio, solo el 70% de las personas trabajadoras activas conoce su significado.
- El 94,1% de las personas activas y el 94,3% de las pensionadas consideran a JUPEMA como una institución respetable.
- La reputación

Con respecto a los resultados expuestos anteriormente, se considera que son factores positivos o ventajas competitivas:

- El buen estándar en la calidad de atención a las personas usuarias.
- El estado de limpieza y mantenimiento de la infraestructura de las sucursales.
- El interés de los funcionarios por comunicar claramente sus ideas a las personas usuarias.
- El alto porcentaje de visitantes que resuelve su trámite en la primera visita a una sucursal.
- El tiempo necesario para la atención de operaciones crediticias, que es considerado como “justo”.

Más del 94% de las personas afiliadas considera que JUPEMA es una institución respetable. Cabe destacar que, al desagregar ese porcentaje de aprobación por características sociodemográficas, se ven algunas diferencias entre grupos.

- Un mayor porcentaje de mujeres pensionadas considera que JUPEMA es respetable, en comparación con las mujeres trabajadoras activas. La diferencia es de 5,8 p.p. (100% vs 94,2%). Esta diferencia no se ve entre los hombres.
- Prácticamente no hay diferencias en el criterio de las personas mayores de 60 años. Entre las personas de 45 a 60 años, las personas pensionadas valoran más positivamente a la institución que las que aún trabajan (100% vs 95,1%, diferencia de 4.9 p.p.).
- Las personas mayores de 60 años están ligeramente menos de acuerdo con esta afirmación que las personas más jóvenes.
- Esta valoración cambia según la ubicación geográfica. Dentro de la GAM, una mayor proporción personas trabajadoras activas considera a JUPEMA respetable, en

comparación con las personas pensionadas (95,1% vs 91,4%). Esta tendencia se invierte fuera del GAM, en donde la diferencia es de 10,1 p.p. (100% vs 89.9%).

Más de un 70 % de personas reportó estar de acuerdo en que confían en las decisiones que JUPEMA toma sobre su pensión. Las diferencias encontradas fueron:

- Las mujeres pensionadas están más de acuerdo que las trabajadoras activas (81,8% vs 73,1%, diferencia de 8,8 p.p.). Entre los hombres la diferencia no es tanta (apenas 2,4 p.p.), pero los trabajadores activos están más de acuerdo que los pensionados.
- Al evaluar por edad, las personas pensionadas coinciden en mayor proporción que las trabajadoras activas. La diferencia entre las personas mayores de 60 no es tan marcada (73,3% vs 70%, 3,3 p.p.). La brecha es mucho mayor en las personas entre 45 y 60 años (100% vs 77,9%), con una diferencia de 22,1 p.p.
- Las personas empleadas por el MEP (72,4%) y las universidades públicas (72%) están menos de acuerdo que quienes trabajan en otras instituciones (84,6%) y el INA (100%).

Con respecto a estar de acuerdo con que JUPEMA realiza una gestión transparente de la pensión, más del 80% de las personas afiliadas afirma estar de acuerdo. Para este ítem, las principales diferencias están en:

- Las mujeres pensionadas tienden a estar más de acuerdo con la afirmación (90,9) que las trabajadoras activas (81,2), con una diferencia de 9,7 p.p. Entre los hombres, la diferencia es de 7,2 p.p., aunque son los trabajadores activos quienes están más de acuerdo.
- La diferencia entre las personas 45 y 60 años es de 14,8 p.p. El 100% de los pensionados está de acuerdo, pero solo el 85,2% de los trabajadores activos lo está.
- Con respecto a la ubicación, fuera del GAM, las personas trabajadoras activas coinciden más con esta afirmación que las pensionadas (80,8% vs 75%, una diferencia de 4,2 p.p.).

Más del 75% de las personas está de acuerdo en confiar en la información que difunde JUPEMA con respecto a los fondos de pensiones. En casi todos los grupos, las personas pensionadas coinciden en menor medida con esta afirmación.

- Entre las mujeres, la diferencia es de 9,2 p.p. (81,9% de trabajadoras activas vs el 72,7% de las jubiladas). En los hombres, la diferencia es menos marcada, de apenas 5,1 p.p. (77,1% vs 72,2%).
- Contrario a la tendencia general, las personas pensionadas entre 45 y 60 años están más de acuerdo que las que aún trabajan en su cohorte (100% vs 86,1%, diferencia de 13,9 p.p.). La diferencia entre las personas mayores de 60 años no es tan marcada, con un 75,6% vs un 71,1%.
- Dentro de la GAM (81,9% vs 71,4%) la diferencia es de 10,5 p.p. Fuera de la GAM, la brecha es de apenas 1,8 p.p. (76,8% vs 75%).

Al consultar a las personas por si estaban de acuerdo con afirma que JUPEMA se preocupa por sus afiliados, más del 70 % lo está.

- Más mujeres pensionadas están de acuerdo con esta idea que las trabajadoras activas (81,8% vs 76,5%). En los hombres, quienes más coinciden son los trabajadores activos (76,3%) que los pensionados (66,7%).
- La totalidad de los pensionados entre los 45 y los 60 años está de acuerdo con la afirmación general. En ese mismo rango de edad, solo el 77,9% de las personas coincide (diferencia de 22,1 p.p.). Entre las personas mayores de 60 años, la diferencia es de 6,7 p.p. (75,6 de trabajadores activos % vs 68,9% de pensionados).
- Dentro de la GAM, quienes aún trabajan (77,4%) coinciden más con esta afirmación que los pensionados (68,6%). La diferencia es de 8,8 p.p. Fuera de la GAM no hay muchas diferencias.
- Las personas que trabajan en el INA (85,7%) y otras instituciones (100%) están más de acuerdo que las que trabajan en universidades públicas (76%) y el MEP (74,5%).

Las personas trabajadoras activas consideran, en menor medida, que el personal de JUPEMA de un buen trato a las personas afiliadas, pues solo el 78,3% lo considera así. Este porcentaje es mucho mayor entre los pensionados, ya que alcanza el 90,7%.

- Las mujeres pensionadas coinciden más con esta afirmación (100%) que las trabajadoras activas (79,6%). Esta diferencia es de 20,4 p.p. Entre los hombres, la diferencia es solo de 1,7 p.p., en favor de los jubilados (83,3%).
- Las personas entre 45 y 60 años que aún trabajan perciben un peor trato a ellas como afiliadas. Aunque de los jubilados, el 100% cree en este buen trato, solo el 81,1% de los trabajadores activos está de acuerdo (diferencia de 18,9 p.p.).
- La diferencia dentro de la GAM es de 5,6 p.p., con las personas jubiladas considerando un mejor trato. Fuera de la GAM, quienes están pensionados perciben ese mejor trato en mayor medida (83,3%) que los trabajadores activos (73,7%).
- Los menores porcentajes de coincidencia con esta afirmación son los de los empleados del INA (71,4%) y las universidades públicas (68%).

Cerca del 90% de las personas está de acuerdo con que la imagen de JUPEMA es positiva ante la sociedad. Ante esta afirmación, solo destacan dos diferencias.

- Las mujeres que aún trabajan coinciden más con esta afirmación (87,7%) que las pensionadas (81,8%). La diferencia es de 5,9 p.p. Entre los hombres, la diferencia es más marcada, pues el 92,4% de los que aún trabajan están de acuerdo, pero solo el 83,3% de los pensionados lo hace. Esto representa una diferencia de 9,1 p.p.
- La diferencia, dentro de la GAM, es de 10,6 p.p. Las personas trabajadoras activas coinciden en un 90,6%, pero solo el 80% de las pensionadas lo hace.

Ocho de cada diez personas coinciden en que es mejor contar con una afiliación a JUPEMA que a otro fondo de pensiones. Como ocurrió con otras afirmaciones, hay algunas diferencias entre grupos que vale la pena mencionar:

- Entre los hombres, el 86,1% de los pensionados coincide con la afirmación, contra un 76,3% de los trabajadores activos. La diferencia es de 9,8 p.p.
- Con respecto a la edad, las personas entre 45 y 60 años tienen una diferencia de 13,1 p.p. El 100 % de los jubilados está de acuerdo, pero solo el 86,9% de quienes aún trabajan lo está.
- Fuera de la GAM, las personas pensionadas están de acuerdo en menor medida (75%) que los trabajadores activos (85,9%). Esto es una diferencia de 10,9 p.p.

## e) Recomendaciones

A partir del análisis de los ejes anteriores, se identifican las siguientes acciones prioritarias para mejorar la experiencia de las personas afiliadas y cerrar las brechas detectadas:

### **Acciones sobre la calidad del servicio en sucursales**

- Capacitar al personal para que el 38,7% de personas que no resuelve su trámite siempre reciba una opción digital o una cita de seguimiento.
- Optimizar los procesos en sucursales fuera del GAM, donde la percepción de que el tiempo de espera es “excesivo” dobla a la del GAM (7,1% en comparación con 3,1%).
- Analizar los trámites con menor tasa de resolución en mujeres para identificar si hay brechas en la comunicación de requisitos previos en los que influya alguna variable o condición de género.

### **Acciones sobre la calidad informativa del crédito**

- Desarrollar materiales de apoyo visual (como fichas, brochures o pantallas) sobre las penalizaciones por pago anticipado para menos personas perciban falta de claridad. Actualmente esa cifra es 63,8%.
- Establecer un “checklist” o lista de cotejo sobre las condiciones obligatorias a comunicar en toda primera atención crediticia.
- Esta lista puede acompañarse de acciones afirmativas en favor de los grupos que reportan menor recepción de información: mujeres, mayores de 60 años y personas fuera del GAM.

### **Acciones sobre infraestructura y acceso**

- Se recomienda explorar convenios con parqueos cercanos a las sucursales en zonas periféricas como solución inmediata o a corto plazo, ya que es una de las principales quejas reportadas por las personas visitantes de las sucursales.

### **Acciones sobre posicionamiento y comunicación**

- Con base en el dato de que el 91% de personas considera que la información dada por JUPEMA es superior a la de otras entidades crediticias, desarrollar campañas de fidelización que contrasten la propuesta de JUPEMA con la de otras opciones.

- Valorar el desarrollo de campañas segmentadas para convertir las prestaciones sociales en un beneficio tangible y conocido. Las personas trabajadoras no participan de ellas por desconocimiento, pero las personas pensionadas no lo hacen por apatía.
- Posicionar la Oficina de Servicio al Afiliado dentro de los canales de comunicación habituales de JUPEMA, ya que apenas el 13,7% de las personas trabajadoras activas la conoce.

#### **Acciones sobre canales digitales y actualización de datos**

- Priorizar WhatsApp como el canal de comunicación para las personas pensionadas, ya que el 86,4% lo considera de mayor utilidad. Esto podría ser más útil en trámites menores y recordatorios.
- Desarrollar una campaña de actualización con recordatorios activos por WhatsApp y correo electrónico. Solo 1 de cada 2 personas afiliadas actualizó sus datos en los últimos 12 meses.
- Diseñar talleres de autogestión digital diferenciados por zona geográfica, con el fin de reducir la brecha en el acceso a servicios digitales que hay entre cada región.

#### **Acciones sobre la reputación de JUPEMA**

- La evidencia actual sugiere que las personas pensionadas perciben un mejor trato que las trabajadoras activas. Se sugiere capacitar al personal en identificar y mejorar la atención hacia las personas jóvenes.
- Desarrollar campañas o materiales informativos accesibles para explicar las decisiones que se toman sobre los fondos de pensiones. Este material debe ser multiformato, ya que debe interpelar a personas mayores de 60 años, afiliados del MEP y las universidades públicas.
- Facilitar los espacios y las acciones de rendición de cuenta en favor de contenido más fragmentado, digerible y fácil de compartir, en particular por redes sociales y WhatsApp.
- Es necesario prestar más atención a lo que ocurre en las sucursales fuera de la GAM, ya que, en muchas ocasiones, este grupo reportó un comportamiento diferente al de la tendencia general. Esto podría implicar hacer planes de mejora individuales y personalizados para cada una.
- Acercarse proactiva y estratégicamente a las personas empleadas del MEP y las universidades públicas, con el fin de entender el por qué reportan menores valores de confianza, percepción de la transparencia y el trato. Este podría ser un trabajo a nivel interinstitucional.
- En casi todos los ítems evaluados, las personas entre 45 y 60 años reportan menores valores de coincidencia que sus pares de más de 60 años. Es necesario desarrollar iniciativas de acompañamiento y acercamiento institucional para esta población, de modo que la atención mejore durante este periodo previo a la jubilación.

## a) Sucursales

### i. Características de los entrevistados

**Cuadro S1. Distribución porcentual de las personas visitantes en las sucursales según principales características. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sexo de la persona entrevistada</b>	<b>100,0</b>
Hombre	34,7
Mujer	65,3
<b>Afiliación del entrevistado</b>	<b>100,0</b>
Es una persona trabajadora en servicio	27,7
Es una persona pensionada directa	63,0
Es una persona pensionada por sucesión	6,9
No sabe/ no responde	2,3
<b>Sucursal que se entrevistó es la que asiste normalmente</b>	<b>100,0</b>
Sí	95,1
No	4,6
No responde	0,3

## ii. Satisfacción con el servicio brindado en la sucursal

**Cuadro S2. Distribución porcentual de las personas visitantes de las sucursales según trámites realizados por región y sexo**

Trámites realizados	Total	Región		Sexo	
		GAM	Resto país	Hombre	Mujer
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Consultas	35,5	33,9	37,7	41,7	32,3
Constancia Pensionado	16,8	15,6	18,2	10,0	20,4
Desgloses	16,5	9,9	24,7	14,2	17,7
Solicitud de Pensión	13,0	16,7	8,4	15,0	11,9
Solicitud de Revisión	7,5	8,9	5,8	8,3	7,1
Constancias Nominal y/o líquido	2,6	1,0	4,5	4,2	1,8
Solicitud de Conversión de Pensión	1,7	1,6	1,9	0,8	2,2
Verificación de Cuotas RTR	1,7	3,1	0,0	0,8	2,2
Solicitud de Ingreso al Régimen	1,4	1,0	1,9	0,8	1,8
Actualización de Datos Personales	1,4	2,6	0,0	1,7	1,3
Entrega de Requisitos de Pensión	1,4	2,1	0,6	1,7	1,3
Presentación de Documentos para adjuntar	1,2	1,0	1,3	2,5	0,4
Otros	8,7	9,4	7,8	6,7	9,7

**Cuadro S3. Distribución porcentual de las personas visitantes de las sucursales según región y sexo por realización del trámite por el cual visitó la sucursal. 2026**

Características	Pudo realizar el trámite con éxito			Total
	Sí	No	No responde	
<b>Total</b>	<b>90,8</b>	<b>8,1</b>	<b>1,2</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>				
Hombre	90,8	6,7	2,5	100,0
Mujer	90,7	8,8	0,4	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	88,5	10,4	1,0	100,0
No GAM	93,5	5,2	1,3	100,0

**Cuadro S4. Distribución porcentual de las personas visitantes a las sucursales según región y sexo por opinión sobre sí la persona que le atendió le propuso otros medios para realizar el trámite. 2026**

Características	La persona que le atendió le propuso otros medios para realizar el trámite			Total
	Sí	No	No responde	
<b>Total</b>	<b>61,3</b>	<b>35,5</b>	<b>3,2</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>				
Hombre	90,8	6,7	2,5	100,0
Mujer	90,7	8,8	0,4	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	57,8	40,1	2,1	100,0
No GAM	65,6	29,9	4,5	100,0

**Cuadro S5. Puntaje promedio en una escala de 0 a 10 de la experiencia en la sucursal según región y sexo. 2026**

Características	Promedio
<b>Total</b>	<b>9,76</b>
<b>Sexo</b>	
Hombre	9,83
Mujer	9,71
<b>Residencia</b>	
GAM	9,70
No GAM	9,82

**Cuadro S6. Distribución porcentual de las personas visitantes a las sucursales según opinión sobre las condiciones de la infraestructura de las sucursales por sexo y región. 2026**

Condición de la sucursal	Total	Sexo		Región	
		Hombre	Mujer	GAM	Resto país
Limpia y ordenada	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Baños limpios <sup>1</sup>	98,2	100,0	97,3	98,2	97,0
Ventilación adecuada	93,2	95,0	92,0	92,2	94,2
Parqueo suficiente	39,9	46,7	36,3	47,4	30,5
Espacios accesibles	39,9	87,0	88,3	87,0	88,3
Le recibieron con cordialidad	99,4	98,3	100,0	99,5	99,4

<sup>1</sup>Calculado entre las personas que los utilizaron

**Cuadro S7. Distribución porcentual de las personas visitantes a las sucursales según opinión sobre el tiempo de atención en la visita a la sucursal por sexo y región. 2026**

Característica	Total	Sexo		Región	
		Hombre	Mujer	GAM	Resto país
<b>Tiempo de espera</b>					
Mucho	4,9	2,5	6,2	3,1	7,1
Lo adecuado	37,0	40,0	35,4	33,9	40,9
Poco	57,8	56,7	58,4	62,5	51,9
No responde	0,3	0,8	0,0	0,5	0,0
<b>Tiempo dedicado a su atención</b>					
Menos de lo necesario	5,5	5,8	5,3	3,1	7,1
Lo necesario	87,9	87,5	88,1	33,9	40,9
Más de lo necesario	6,4	6,7	6,2	62,5	51,9
No responde	0,3	0,0	0,3	0,5	0,0

**Cuadro S8. Porcentaje de personas que respondieron de forma afirmativa a aspectos relacionados con el trato dado por la persona que le atendió por sexo y región. 2026**

Dimensión de trato	Total	Sexo		Región	
		Hombre	Mujer	GAM	Resto país
Le trató con cordialidad	99,7	100,0	99,6	99,5	100,0
Utilizó un lenguaje corporal amigable	99,4	98,3	100,0	99,0	100,0
Demostró tener el conocimiento necesario para atender su trámite	99,1	98,3	99,6	99,0	99,4
Le brindó información útil para su trámite o consulta	98,8	98,3	99,1	97,9	100,0
Mostró interés en gestionar su trámite o atender sus consultas	98,3	98,3	98,2	97,9	98,7
Logró realizar su trámite o dar respuesta a sus consultas	95,4	96,7	94,7	93,8	97,4

### iii. Conocimientos de la oficina de servicio al afiliado

**Cuadro S9. Porcentaje de personas que respondieron de forma afirmativa a aspectos relacionados a la Oficina de Servicio del Afiliado (OSA) por sexo y región. 2026**

Aspectos evaluados de la OSA	Total	Sexo		Región	
		Hombre	Mujer	GAM	Resto país
Conoce cómo poner quejas, denuncias o sugerencias	34,4	35,83	33,63	36,98	31,17
Ha presentado alguna queja, denuncia o sugerencia	2,0	2,50	1,77	3,65	0,00
Recibió respuesta del trámite realizado <sup>1</sup>	100,0	100,0	100,0	100,0	-
Quedo satisfecho/a de la respuesta <sup>1</sup>	100,0	66,7	75,0	71,4	-

<sup>1</sup>Calculado entre quienes presentaron alguna denuncia queja o sugerencia (n= 7)

## b) Crédito

En el presente apartado se muestran los resultados descriptivos de la consulta a las personas que poseen al menos un crédito en el último año en JUPEMA

### i. Características de las personas entrevistadas

**Cuadro C1. Distribución porcentual y absoluta de las personas entrevistadas según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>n</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sexo</b>	<b>348</b>	<b>100,0</b>
Femenino	200	57,5
Masculino	148	42,5
<b>Grupo de edad</b>	<b>348</b>	<b>100,0</b>
Menos de 30	1	0,3
Entre 30 y 45	48	13,8
Entre 46 y 60	112	32,2
Más de 60	187	53,7
<b>Condición</b>	<b>348</b>	<b>100,0</b>
MEP	111	31,9
INA	11	3,2
Jubilado/pensionado	210	60,3
Universidades públicas	13	3,7
Otras	3	0,9
<b>Residencia</b>	<b>348</b>	<b>100,0</b>
GAM	276	79,3
No GAM	72	20,7

## ii. Divulgación de información sobre créditos

**Cuadro C2. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por medios por los que se enteró de los créditos de JUPEMA. 2026**

Características	Medio por el que se enteró del crédito			Total
	Medios electrónicos <sup>1</sup>	Sucursal	Otro	
<b>Total</b>	<b>22,7</b>	<b>55,5</b>	<b>21,8</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	22,5	55,5	22,0	100,0
Masculino	23,0	55,4	21,6	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	27,1	35,4	37,5	100,0
Entre 45 y 60	30,4	46,4	23,2	100,0
60 o más	16,6	66,3	17,1	100,0
<b>Institución</b>				
INA	18,2	18,2	63,6	100,0
Jubilado/pensionado	17,1	67,1	15,7	100,0
MEP	33,3	37,8	28,8	100,0
Universidades públicas	33,3	33,3	33,3	100,0
Otras	23,1	53,8	23,1	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	22,8	57,2	19,9	100,0
No GAM	22,2	48,6	29,2	100,0

<sup>1</sup> Incluye correo electrónico, WhatsApp, Facebook y Messenger

### iii. Satisfacción de los medios de información

**Cuadro C3. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por los medios en que solicitó información antes de tramitar los créditos con JUPEMA. 2026**

Características	Medios por los que se solicitó información de los créditos			Total
	Medios Electrónicos	Sucursal	Otros	
<b>Total</b>	<b>22,1</b>	<b>71,8</b>	<b>6,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	23,5	70,5	6,0	100,0
Masculino	20,3	73,7	6,1	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	39,6	56,2	4,2	100,0
Entre 45 y 60	30,4	62,5	7,1	100,0
60 o más	12,8	81,3	5,9	100,0
<b>Institución</b>				
INA	27,3	63,6	9,1	100,0
Jubilado/pensionado	13,3	81,4	5,2	100,0
MEP	37,8	54,9	7,2	100,0
Universidades públicas	66,7	33,3	0,0	100,0
Otras	15,4	76,9	7,7	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	23,9	70,6	5,4	100,0
No GAM	15,3	76,4	8,3	100,0

<sup>1</sup> Incluye correo electrónico, WhatsApp, Facebook y Messenger

**Cuadro C4. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por la atención cordial recibida al momento de solicitar el crédito. 2026**

Características	Recibió atención cordial		Total
	Sí	No	
<b>Total</b>	<b>99,7</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>			
Femenino	99,5	0,5	100,0
Masculino	100	0,0	100,0
<b>Grupo de edad</b>			
Entre 30 y 45	100	0,0	100,0
Entre 45 y 60	100	0,0	100,0
60 o más	99,5	0,6	100,0
<b>Institución</b>			
INA	100	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	99,5	0,5	100,0
MEP	100	0,0	100,0
Universidades públicas	100	0,0	100,0
Otras	100	0,0	100,0
<b>Residencia</b>			
GAM	99,6	0,4	100,0
No GAM	100	0,0	100,0

**Cuadro C5. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre si recibió información útil al solicitar información sobre crédito por primera vez. 2026**

Características	Recibió información útil		Total
	Sí	No	
<b>Total</b>	<b>99,1</b>	<b>0,9</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>			
Femenino	98,9	1,01	100,0
Masculino	99,3	0,7	100,0
<b>Grupo de edad</b>			
Entre 30 y 45	100,0	0	100,0
Entre 45 y 60	98,2	1,8	100,0
60 o más	99,4	0,6	100,0
<b>Institución</b>			
INA	100,0	0	100,0
Jubilado/pensionado	99,0	1,0	100,0
MEP	99,1	0,9	100,0
Universidades públicas	100,0	0	100,0
Otras	100,0	0	100,0
<b>Residencia</b>			
GAM	99,3	0,7	100,0
No GAM	98,6	1,4	100,0

**Cuadro C6. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre sí la persona que le atendió mostro interés en ayudarlo al solicitar información sobre crédito por primera vez. 2026**

Características	La persona mostró interés en ayudarlo			Total
	Sí	No	No recuerda	
<b>Total</b>	<b>99,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	98,9	0,5	0,5	100,0
Masculino	99,3	0,7	0,0	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	100,0	0,0	0,0	100,0
Entre 45 y 60	100,0	0,0	0,0	100,0
60 o más	98,4	1,1	0,5	100,0
<b>Institución</b>				
INA	100,0	0,0	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	99,0	0,5	0,5	100,0
MEP	99,1	0,9	0,0	100,0
Universidades públicas	100,0	0,0	0,0	100,0
Otras	100,0	0,0	0,0	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	99,3	0,4	0,4	100,0
No GAM	98,6	1,4	0,0	100,0

**Cuadro C7. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre el tiempo que esperó para que le atendieran cuando fue por primera vez a solicitar un crédito. 2026**

Características	Tiempo que esperó para su atención				Total
	Mucho	Lo necesario	Poco	No recuerda	
<b>Total</b>	<b>5,8</b>	<b>44,8</b>	<b>49,1</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>					
Femenino	8,0	46,0	46,0	0,0	100,0
Masculino	2,7	43,2	53,4	0,7	100,0
<b>Grupo de edad</b>					
Entre 30 y 45	8,3	35,4	56,3	0,0	100,0
Entre 45 y 60	4,4	56,3	39,3	0,0	100,0
60 o más	6,0	39,9	53,5	0,6	100,0
<b>Institución</b>					
INA	0,0	45,5	54,5	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	4,8	41,7	52,9	0,5	100,0
MEP	9,0	49,5	41,4	0,0	100,0
Universidades públicas	0,0	46,2	53,8	0,0	100,0
Otras	0,0	66,7	33,3	0,0	100,0
<b>Residencia</b>					
GAM	5,1	47,1	47,4	0,4	100,0
No GAM	8,6	35,7	55,7	0,0	100,0

**Cuadro C8. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre el tiempo que dedicó el agente en atenderla la primera vez que fue a solicitar un crédito. 2026**

Características	Tiempo dedicado por el agente			Total
	Más de lo necesario	Justo de los necesario	Menos de los necesario	
<b>Total</b>	<b>11,0</b>	<b>85,5</b>	<b>3,5</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	13,2	83,8	3,0	100,0
Masculino	8,2	87,7	4,1	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	8,3	89,6	2,1	100,0
Entre 45 y 60	12,5	83,9	3,6	100,0
60 o más	10,9	85,2	3,9	100,0
<b>Institución</b>				
INA	9,1	81,8	9,1	100,0
Jubilado/pensionado	10,7	85,4	3,9	100,0
MEP	12,6	85,6	1,8	100,0
Universidades públicas	7,7	84,6	7,7	100,0
Otras	0,0	100,0	0,0	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	11,7	84,7	3,6	100,0
No GAM	8,5	88,6	2,9	100,0

**Cuadro C9. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre la información brindada por el personal de JUPEMA, comparado con otras entidades financiera. 2026**

Características	Información brindada fue útil en comparación con otras entidades financieras				Total
	Sí	No	No recuerda	No responde	
<b>Total</b>	<b>91,0</b>	<b>4,9</b>	<b>2,3</b>	<b>1,2</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>					
Femenino	90,4	5,6	3,5	0,5	100,0
Masculino	91,8	4,1	2,1	2,1	100,0
<b>Grupo de edad</b>					
Entre 30 y 45	95,8	4,2	0,0	0,0	100,0
Entre 45 y 60	92,0	4,5	1,8	1,8	100,0
60 o más	89,1	5,5	4,4	1,1	100,0
<b>Institución</b>					
INA	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	89,8	5,8	3,9	0,5	100,0
MEP	91,0	4,5	1,8	2,7	100,0
Universidades públicas	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Otras	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
<b>Residencia</b>					
GAM	90,5	4,7	3,3	1,5	100,0
No GAM	92,9	5,7	1,4	0,0	100,0

#### iv. Condiciones del crédito

**Cuadro C10. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por la claridad de la información recibida cuando solicitó el crédito. 2026**

Características	Le dieron la información de forma clara y sin tecnicismos financieros			Total
	Sí	No	No recuerda	
<b>Total</b>	<b>98,0</b>	<b>1,7</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	98,5	1,5	0,0	100,0
Masculino	97,3	2,0	0,7	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	97,9	2,1	0,0	100,0
Entre 45 y 60	99,1	0,9	0,0	100,0
60 o más	97,3	2,1	0,5	100,0
<b>Institución</b>				
INA	100,0	0,0	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	98,1	1,4	0,5	100,0
MEP	98,2	1,8	0,0	100,0
Universidades públicas	92,3	7,7	0,0	100,0
Otras	100,0	0,0	0,0	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	97,5	2,2	0,4	100,0
No GAM	100,0	0,0	0,0	100,0

**Cuadro C11. Porcentaje de personas que recibieron las condiciones del crédito la primera vez que solicitaron información según características personales. 2026**

Características	Condición del crédito					
	Tasas de interés	Costos de formalización	Pólizas de seguros	Penalizaciones por pago anticipado	Las formas de pago	Los plazos y fechas de pago
<b>Total</b>	<b>91,1</b>	<b>89,7</b>	<b>82,2</b>	<b>63,8</b>	<b>93,4</b>	<b>93,7</b>
<b>Género</b>						
Femenino	89,0	87,0	80,0	62,5	92,5	91,5
Masculino	93,9	93,2	85,1	65,5	94,6	96,6
<b>Grupo de edad</b>						
Entre 30 y 45	93,8	91,7	81,3	56,3	91,7	79,2
Entre 45 y 60	95,5	92,9	88,4	64,3	94,6	96,4
60 o más	87,7	87,2	79,1	65,2	93,1	95,7
<b>Institución</b>						
INA	90,9	90,9	90,9	63,6	90,9	90,9
Jubilado/pensionado	89,5	89,1	81,9	66,2	92,4	95,7
MEP	95,5	91,0	82,9	59,5	94,6	91,0
Universidades públicas	76,9	84,6	69,2	61,5	100,0	84,6
Otras	100,0	100,0	100,0	66,7	100,0	100,0
<b>Residencia</b>						
GAM	89,5	89,1	80,8	63,8	94,2	93,5
No GAM	97,2	91,7	87,5	63,9	90,3	94,4

v. Satisfacción con el trámite de créditos y servicios

**Cuadro C12. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por el medio por el que realizó la solicitud de crédito. 2026**

Características	Medio por el que realizó la solicitud			Total
	Electrónicos <sup>1</sup>	Sucursal	Otros	
<b>Total</b>	<b>17,0</b>	<b>81,6</b>	<b>1,4</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	18,0	2,0	80,0	100,0
Masculino	15,5	0,7	83,8	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	27,3	72,7	0,0	100,0
Entre 45 y 60	10,0	89,5	0,5	100,0
60 o más	26,1	70,3	3,6	100,0
<b>Institución</b>				
INA	27,3	72,7	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	10,0	89,5	0,5	100,0
MEP	26,1	70,3	3,6	100,0
Universidades públicas	38,5	61,5	0,0	100,0
Otras	33,3	66,7	0,0	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	17,8	1,5	80,8	100,0
No GAM	13,9	1,4	84,7	100,0

<sup>1</sup> Incluye correo electrónico y WhatsApp

**Cuadro C13. Porcentaje de personas que califican como “buena” o “muy buena” la asesoría e información recibida al formalizar el crédito según características personales.2026**

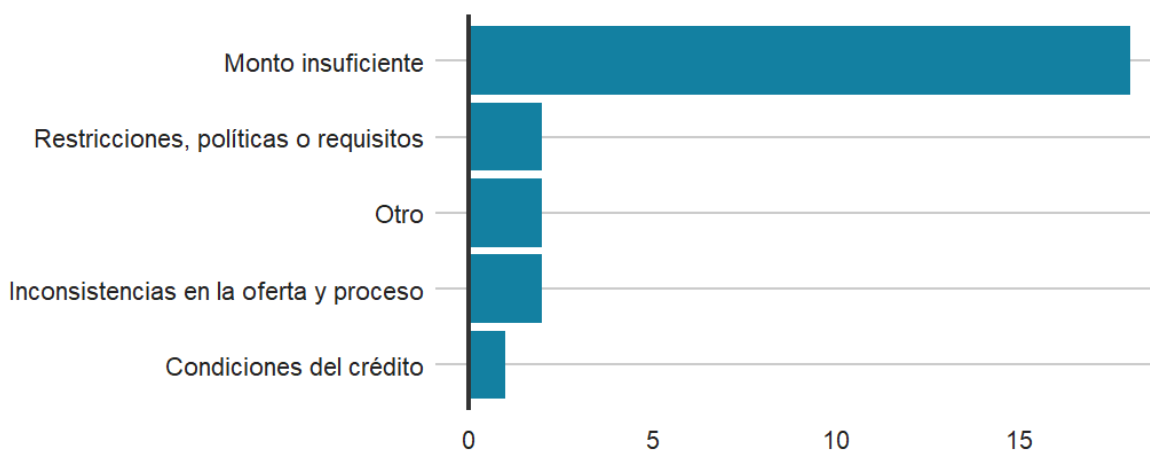
Características	La asesoría brindada sobre el tipo de crédito	Condiciones del crédito solicitado						
		Tasas de interés	Costos de formalización	Pólizas de seguro	Penalizaciones por cancelaciones anticipadas	Formas de pago del crédito	Plazos y fechas de pago	Plazos de aprobación y formalización del préstamo
<b>Total</b>	<b>97,4</b>	<b>93,7</b>	<b>89,6</b>	<b>84,2</b>	<b>71,0</b>	<b>93,1</b>	<b>92,2</b>	<b>81,6</b>
<b>Género</b>								
Femenino	97,5	93,0	90,0	82,5	68,5	90,5	90,5	79,0
Masculino	97,3	94,6	89,2	86,5	74,3	96,6	94,6	85,1
<b>Grupo de edad</b>								
Entre 30 y 45	93,8	93,8	87,5	87,5	62,5	89,6	83,3	70,8
Entre 45 y 60	99,1	92,0	89,3	89,3	67,9	93,7	94,6	79,5
60 o más	97,3	94,7	90,4	80,2	74,9	93,6	93,1	85,6
<b>Institución</b>								
INA	90,9	90,9	90,9	100	81,8	90,9	90,9	81,8
Jubilado/pensionado	97,6	94,3	90,5	81,4	74,3	94,3	93,3	83,8
MEP	99,1	92,8	89,2	87,4	63,1	90,9	90,9	78,4
Universidades públicas	84,6	92,3	92,3	84,6	69,2	92,3	84,6	69,2
Otras	100,0	100,0	33,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>Residencia</b>								
GAM	97,8	93,5	89,9	82,9	71,7	92,7	91,3	82,2
No GAM	95,8	94,4	88,9	88,8	68,1	94,4	95,8	79,2

## vi. Satisfacción con el crédito adquirido

**Cuadro C14. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre si se logró cubrir las necesidades por las que solicitó el crédito. 2026**

Características	El crédito logró cubrir las necesidades por el cual lo solicitó			Total
	Sí	No	No responde	
<b>Total</b>	<b>92,8</b>	<b>7,2</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	93,0	7,0	0,0	100,0
Masculino	92,6	7,4	0,0	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	85,4	14,6	0,0	100,0
Entre 46 y 60	93,8	6,3	0,0	100,0
Más de 60	94,1	5,9	0,0	100,0
<b>Institución</b>				
INA	100,0	0,0	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	93,3	6,7	0,0	100,0
MEP	92,8	7,2	0,0	100,0
Universidades públicas	76,9	23,1	0,0	100,0
Otras	100,0	0,0	0,0	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	92,0	8,0	0,0	100,0
No GAM	95,8	4,2	0,0	100,0

**Gráfico C15. Número de personas para las que el crédito no logró cubrir sus necesidades según el motivo por el cual no le alcanzó (n=25)**



**Cuadro C16. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre el monto de la cuota mensual de los préstamos. 2026**

Características	Calificación del monto de la cuota mensual			Total
	Apropiada	Más alta de lo que debería	No responde	
<b>Total</b>	<b>75,0</b>	<b>22,4</b>	<b>2,6</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	72,0	24,5	3,5	100,0
Masculino	79,1	19,6	1,4	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	72,9	25,0	2,1	100,0
Entre 46 y 60	67,9	27,7	4,5	100,0
Más de 60	79,7	18,7	1,6	100,0
<b>Institución</b>				
INA	72,7	27,3	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	78,6	20,0	1,4	100,0
MEP	67,6	27,0	5,4	100,0
Universidades públicas	76,9	23,1	0,0	100,0
Otras	100,0	0,0	0,0	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	74,3	23,2	2,5	100,0
No GAM	77,8	19,4	2,8	100,0

**Cuadro C17. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por los medios por la opinión sobre las tasas de interés de los préstamos. 2026**

Características	Calificación de las tasas de interés de los préstamos			Total
	Apropiada	Más alta de lo que debería	No responde	
<b>Total</b>	<b>64,9</b>	<b>29,6</b>	<b>5,5</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>				
Femenino	62,5	30,0	7,5	100,0
Masculino	68,2	29,1	2,7	100,0
<b>Grupo de edad</b>				
Entre 30 y 45	60,4	33,3	6,3	100,0
Entre 46 y 60	62,5	34,8	2,7	100,0
Más de 60	67,4	25,7	7,0	100,0
<b>Institución</b>				
INA	54,5	45,5	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	67,6	26,2	6,2	100,0
MEP	62,2	32,4	5,4	100,0
Universidades públicas	53,8	46,2	0,0	100,0
Otras	66,7	33,3	0,0	100,0
<b>Residencia</b>				
GAM	64,5	30,8	4,7	100,0
No GAM	66,7	25,0	8,3	100,0

**Cuadro C18. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por los medios por la opinión sobre los plazos de pago de préstamos. 2026**

Características	Calificación del plazo de pago del préstamo				Total
	Apropiado	Más largo	Más corto	No responde	
<b>Total</b>	<b>71,3</b>	<b>22,4</b>	<b>2,6</b>	<b>3,7</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>					
Femenino	69,0	25,5	1,5	4,0	100,0
Masculino	4,0	74,3	18,2	4,1	100,6
<b>Grupo de edad</b>					
Entre 30 y 45	72,9	16,7	4,2	6,3	100,0
Entre 46 y 60	58,0	34,8	2,7	4,5	100,0
Más de 60	78,6	16,6	2,1	2,7	100,0
<b>Institución</b>					
INA	72,7	27,3	0,0	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	77,6	17,6	2,9	1,9	100,0
MEP	61,3	29,7	0,9	8,1	100,0
Universidades públicas	53,8	30,8	15,4	0,0	100,0
Otras	61,3	29,7	0,9	8,1	100,0
<b>Residencia</b>					
GAM	71,7	22,5	2,5	3,3	100,0
No GAM	69,4	22,2	2,8	5,6	100,0

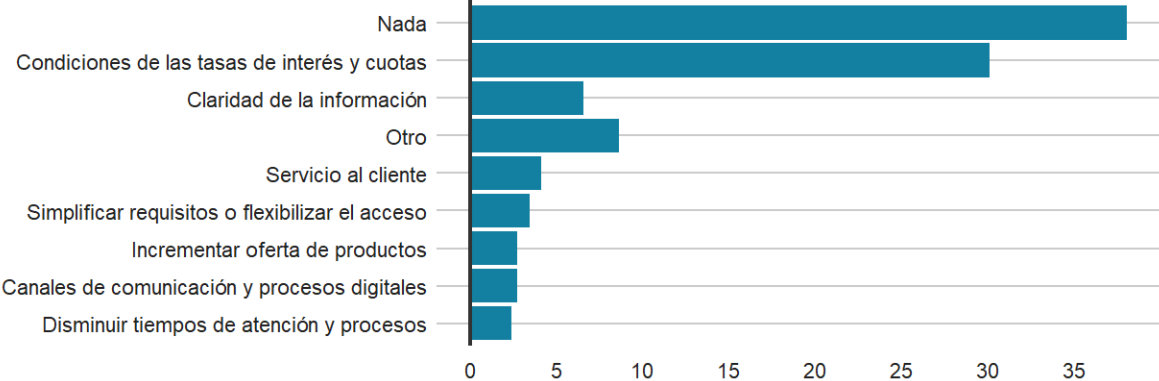
**Cuadro C19. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por los medios por la opinión sobre los requisitos solicitados para la formalización de créditos. 2026**

Características	Calificación de los requisitos que le pidieron para formalizar el crédito			No responde	Total
	Apropiados	Más de los que deberían	Menos de los que deberían		
<b>Total</b>	<b>93,4</b>	<b>2,9</b>	<b>3,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>					
Femenino	94,5	2,0	3,5	0,0	100,0
Masculino	91,9	4,1	4,1	0,0	100,0
<b>Grupo de edad</b>					
Entre 30 y 45	95,8	4,2	0,0	0,0	100,0
Entre 46 y 60	90,2	5,4	4,5	0,0	100,0
Más de 60	94,7	1,1	4,3	0,0	100,0
<b>Institución</b>					
INA	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	92,9	1,9	5,2	0,0	100,0
MEP	93,7	4,5	1,8	0,0	100,0
Universidades públicas	92,3	7,7	0,0	0,0	100,0
Otras	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
<b>Residencia</b>					
GAM	94,2	2,5	3,3	0,0	100,0
No GAM	90,3	4,2	5,6	0,0	100,0

**Cuadro C20. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por opinión sobre el tiempo requerido para formalizar los préstamos. 2026**

Características	Calificación del tiempo requerido para formalizar el crédito				Total
	Apropiados	Más de los que deberían	Menos de los que deberían	No responde	
<b>Total</b>	<b>89,9</b>	<b>5,5</b>	<b>4,6</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>					
Femenino	89,0	6,5	4,5	0,0	100,0
Masculino	91,2	4,1	4,7	0,0	100,0
<b>Grupo de edad</b>					
Entre 30 y 45	93,8	4,2	2,1	0,0	100,0
Entre 46 y 60	86,6	7,1	6,3	0,0	100,0
Más de 60	90,9	4,8	4,3	0,0	100,0
<b>Institución</b>					
INA	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	90,5	4,3	5,2	0,0	100,0
MEP	88,3	8,1	3,6	0,0	100,0
Universidades públicas	92,3	7,7	0,0	0,0	100,0
Otras	66,7	0,0	33,3	0,0	100,0
<b>Residencia</b>					
GAM	89,9	6,2	4,0	0,0	100,0
No GAM	90,3	2,8	6,9	0,0	100,0

**Gráfico C21. Porcentaje de personas entrevistadas según la recomendación de mejora al programa de créditos de JUPEMA. 2026**



**Cuadro C22. Porcentaje de personas que afirma haber recibido el estado de cuenta de su crédito en los últimos tres meses y porcentaje que opina que la información recibida es útil según características personales. 2026**

<b>Características</b>	<b>Ha recibido estado de cuenta</b>	<b>Encuentra útil el estado de cuenta (n= 306)</b>
<b>Total</b>	<b>87,9</b>	<b>97,7</b>
<b>Género</b>		
Femenino	88,0	97,7
Masculino	87,8	97,7
<b>Grupo de edad</b>		
Entre 30 y 45	95,8	95,7
Entre 46 y 60	92,9	97,1
Más de 60	83,4	98,7
<b>Institución</b>		
INA	100,0	100,0
Jubilado/pensionado	85,2	98,3
MEP	90,1	96,0
Universidades públicas	100,0	100,0
Otras	100,0	100,0
<b>Residencia</b>		
GAM	86,6	97,5
No GAM	93,1	98,5

**Cuadro C23. Porcentaje de personas que volvería a solicitar un crédito con JUPEMA según características personales. 2026**

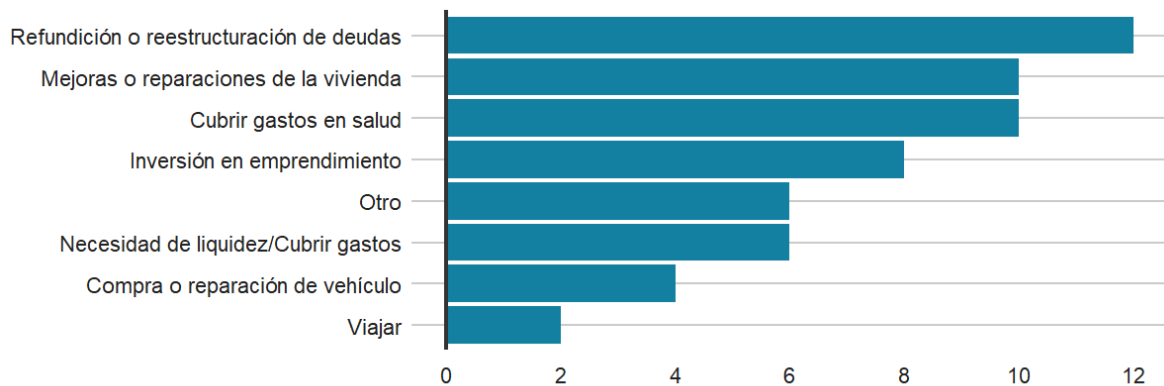
<b>Características</b>	<b>Volvería a solicitar un crédito en JUPEMA</b>
<b>Total</b>	<b>94,5</b>
<b>Género</b>	
Femenino	93,5
Masculino	95,9
<b>Grupo de edad</b>	
Entre 30 y 45	93,8
Entre 46 y 60	97,3
Más de 60	93,0
<b>Institución</b>	
INA	100,0
Jubilado/pensionado	93,8
MEP	94,6
Universidades públicas	100,0
Otras	100,0
<b>Residencia</b>	
GAM	93,8
No GAM	97,2

## vii. Necesidades de créditos

**Cuadro C24. Distribución porcentual de las personas afiliadas según características personales por intención de solicitar algún crédito. 2026**

Características	Considera solicitar algún crédito				Total
	Sí	No	No sabe	No responde	
<b>Total</b>	<b>16,4</b>	<b>78,7</b>	<b>4,9</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>					
Femenino	16,5	77,5	6,0	0,0	100,0
Masculino	16,2	80,4	3,4	0,0	100,0
<b>Grupo de edad</b>					
Entre 30 y 45	27,1	68,8	4,2	0,0	100,0
Entre 46 y 60	18,8	77,7	3,6	0,0	100,0
Más de 60	12,3	81,8	5,9	0,0	100,0
<b>Institución</b>					
INA	18,2	81,8	0,0	0,0	100,0
Jubilado/pensionado	12,9	82,4	4,8	0,0	100,0
MEP	23,4	71,2	5,4	0,0	100,0
Universidades públicas	15,4	84,6	0,0	0,0	100,0
Otras	0,0	66,7	33,3	0,0	100,0
<b>Residencia</b>					
GAM	17,4	78,3	4,3	0,0	100,0
No GAM	12,5	80,6	6,9	0,0	100,0

**Gráfico C25. Número de personas entrevistadas que están considerando solicitar un nuevo crédito según la finalidad para la que lo usarían (n= 58).**



### c) Conocimiento de JUPEMA

**Cuadro AP1 Perfil demográfico de las personas afiliadas activas y pensionadas en el estudio de “Conocimiento de JUPEMA”. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos (n=410)</b>	<b>Pensionados (n=386)</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Edad</b>		
Menos de 45	20,1	0,0
Entre 45 y 60	32,3	4,3
Mayores de 60	47,6	95,7
<b>Género</b>		
Femenino	68,8	23,4
Masculino	31,2	76,6
<b>Institución</b>		
INA	1,9	-
MEP	77,8	-
Parauniversitario	0,3	-
Universidades públicas	13,2	-
Otras	6,9	-
<b>Región</b>		
GAM	72,8	74,5
NO GAM	27,2	25,5

i. Posicionamiento de JUPEMA

**Cuadro AP2. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que sabe qué significa JUPEMA según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>70,0</b>	<b>82,4</b>
<b>Género</b>		
Femenino	65,0	72,7
Masculino	77,1	97,2
<b>Edad</b>		
Menos de 45	73,7	-
Entre 45 y 60	71,3	100,0
Mayores de 60	65,0	91,1
<b>Región</b>		
GAM	70,9	91,4
NO GAM	66,7	91,7
<b>Institución</b>		
INA	71,4	-
MEP	66,0	-
Parauniversitario	100,0	-
Universidades públicas	82,0	-
Otras	73,1	-

**Cuadro AP3. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que conoce los servicios brindados por JUPEMA por servicio según características personales. 2026**

Características	Activos						Pensionados					
	No conoce ningún servicio	Administración y defensa del régimen de pensiones	Préstamos	Capacitaciones y actividades lúdicas	Otro	No responde	No conoce ningún servicio	Administración y defensa del régimen de pensiones	Préstamos	Capacitaciones y actividades lúdicas	Otro	No responde
<b>Total</b>	<b>18,5</b>	<b>35,9</b>	<b>35,9</b>	<b>2,0</b>	<b>2,4</b>	<b>5,4</b>	<b>9,1</b>	<b>33,4</b>	<b>49,7</b>	<b>2,3</b>	<b>1,8</b>	<b>3,6</b>
<b>Género</b>												
Femenino	21,5	33,5	37,3	1,2	1,2	5,4	27,3	36,4	27,3	9,1	0,0	0,0
Masculino	13,6	39,8	33,9	2,5	4,2	5,9	8,3	44,4	44,4	0,0	0,0	2,8
<b>Edad</b>												
Menos de 45	17,1	28,9	40,8	1,3	3,9	7,9	-	-	-	-	-	-
Entre 45 y 60	18,9	32,8	39,3	1,6	1,6	5,7	50,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0
Mayores de 60	20,0	40,0	32,2	1,7	1,7	4,4	11,1	44,4	40,0	2,2	0,0	2,2
<b>Región</b>												
GAM	18,9	34,7	38,1	1,5	1,5	5,3	8,6	51,4	40,0	0,0	0,0	0,0
NO GAM	16,2	39,4	34,3	1,0	3,0	6,1	25,0	16,7	41,7	8,3	0,0	8,3
<b>Institución</b>												
INA	28,6	28,6	42,9	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-
MEP	20,1	33,3	37,8	1,4	1,7	5,8	-	-	-	-	-	-
Parauniversitario	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0						
Universidades públicas	10,0	44,0	32,0	2,0	4,0	8,0	-	-	-	-	-	-
Otras	23,1	42,3	26,9	3,8	3,8	0,0	-	-	-	-	-	-

## ii. Acercamiento con JUPEMA

**Cuadro AP4. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han visitado una sucursal de JUPEMA según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>75,1</b>	<b>91,5</b>
<b>Edad</b>		
Menos de 45	59,2	-
Entre 45 y 60	70,5	100,0
Mayores de 60	86,1	97,8
<b>Género</b>		
Femenino	76,2	90,9
Masculino	74,6	100,0
<b>Institución</b>		
INA	71,4	-
MEP	80,6	-
Parauniversitario	100,0	-
Universidades públicas	50,0	-
Otras	69,2	-
<b>Región</b>		
GAM	75,1	97,1
NO GAM	81,8	100,0

**Cuadro AP5. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han recibido un correo electrónico de JUPEMA según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>82,4</b>	<b>68,4</b>
<b>Género</b>		
Femenino	81,2	54,5
Masculino	87,3	72,2
<b>Edad</b>		
Menos de 45	88,2	-
Entre 45 y 60	85,2	50,0
Mayores de 60	79,4	68,9
<b>Región</b>		
GAM	83,0	62,9
NO GAM	82,8	83,3
<b>Institución</b>		
INA	71,4	-
MEP	82,0	-
Parauniversitario	100,0	-
Universidades públicas	94,0	-
Otras	76,9	-

**Cuadro AP6. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han recibido un mensaje de WhatsApp de JUPEMA según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>31,2</b>	<b>36,3</b>
<b>Género</b>		
Femenino	31,2	45,5
Masculino	33,9	30,5
<b>Edad</b>		
Menos de 45	39,5	-
Entre 45 y 60	32,0	50,0
Mayores de 60	28,9	20,0
<b>Región</b>		
GAM	33,2	31,4
NO GAM	32,3	41,7
<b>Institución</b>		
INA	14,3	-
MEP	33,3	-
Parauniversitario	0,0	-
Universidades públicas	32,0	-
Otras	23,1	-

**Cuadro AP7. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que ha visto contenido de JUPEMA en redes sociales según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>29,8</b>	<b>30,1</b>
<b>Género</b>		
Femenino	29,2	27,3
Masculino	30,5	16,7
<b>Edad</b>		
Menos de 45	31,6	-
Entre 45 y 60	27,0	50,0
Mayores de 60	30,6	20,0
<b>Región</b>		
GAM	29,4	22,9
NO GAM	29,3	8,3
<b>Institución</b>		
INA	14,3	-
MEP	29,6	-
Parauniversitario	-	-
Universidades públicas	34,0	-
Otras	26,9	-

**Cuadro AP8. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas a las que les parece útil la información enviada por JUPEMA por medio de recepción de la información según características personales. 2026**

Característica	Activos			Pensionados		
	Correo electrónico (n=338)	Mensaje/ WhatsApp (n= 128)	Redes sociales (n=122)	Correo electrónico (n=264)	Mensaje/ WhatsApp (n=140)	Redes sociales (n=116)
<b>Total</b>	<b>85,2</b>	<b>68,0</b>	<b>77,9</b>	<b>87,1</b>	<b>86,4</b>	<b>86,2</b>
<b>Género</b>						
Femenino	88,6	72,8	85,5	100,0	80,0	100,0
Masculino	79,6	60,0	66,7	76,9	72,7	100,0
<b>Edad</b>						
Menos de 45	83,6	46,7	66,7	-	-	-
Entre 45 y 60	85,6	71,8	81,8	100,0	100,0	-
Mayores de 60	86,7	78,8	83,6	80,6	73,3	100,0
<b>Región</b>						
GAM	87,3	69,3	80,8	81,8	81,8	100,0
NO GAM	85,4	65,6	82,8	80,0	60,0	100,0
<b>Institución</b>						
INA	60,0	100,0	100,0	-	-	-
MEP	86,3	70,4	82,8	-	-	-
Parauniversitario	100,0	-	-	-	-	-
Universidades públicas	83,0	56,3	52,9	-	-	-
Otras	90,0	66,7	100,0	-	-	-

### iii. Uso de canales digitales

**Cuadro AP 9 Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han realizado una consulta mediante canales electrónicos y cuya consulta se resolvió de forma satisfactoria según canal utilizado.**

<b>Medio de comunicación</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Ha realizado una consulta</b>		
WhatsApp	6,3	3,1
Facebook	1,0	0,3
Correo electrónico	12,9	7,2
Página Web de JUPEMA	1,5	1,3
<b>Consulta resuelta satisfactoriamente</b>		
WhatsApp	88,5 (n=26)	83,3 (n=12)
Facebook	50,0 (n=4)	100,0 (n=1)
Correo electrónico	84,9 (n=53)	78,6 (n=28)
Página Web de JUPEMA	66,7 (n=6)	80,0 (n=5)

**Cuadro AP 10 Calificación promedio de aspectos relevantes de los canales digitales de JUPEMA (Calificación en escala de 0 a 5)**

<b>Aspecto</b>	<b>Activos (n=89)</b>	<b>Pensionados (n=46)</b>
Facilidad de uso	4,28	4,41
Tiempo de respuesta	4,22	4,12
Calidad de la atención	4,36	4,32
Resolución de consultas o trámites	4,38	4,24

#### iv. Conocimiento sobre créditos

**Cuadro AP11. Porcentaje de personas activas y pensionadas que conoce los tipos de créditos ofrecidos por JUPEMA según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>23,2</b>	<b>36,0</b>
<b>Género</b>		
Femenino	23,8	36,4
Masculino	22,0	38,9
<b>Edad</b>		
Menos de 45	22,4	-
Entre 45 y 60	23,8	50,0
Mayores de 60	23,3	37,8
<b>Región</b>		
GAM	24,2	40,0
NO GAM	20,2	33,3
<b>Institución</b>		
INA	14,3	-
MEP	20,4	-
Parauniversitario	0,0	-
Universidades públicas	32,0	-
Otras	38,5	-

**Cuadro AP 12 Porcentaje de personas activas y pensionadas que ha solicitado información sobre un crédito en JUPEMA según características personales. 2026**

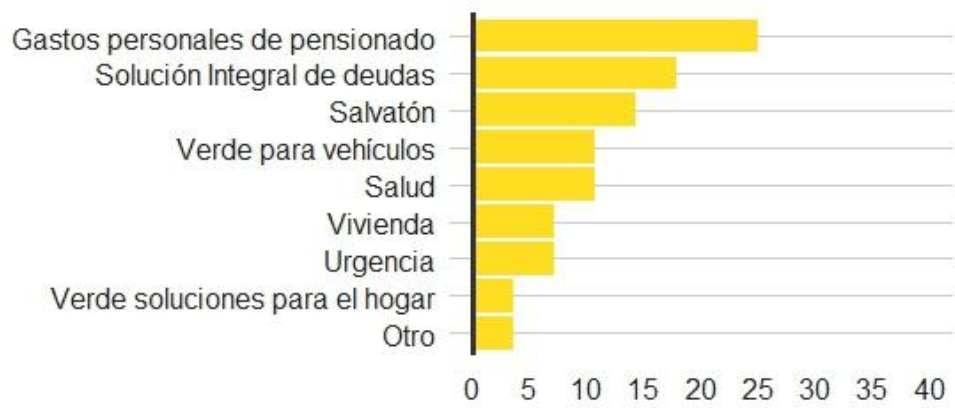
<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>2,8</b>	<b>9,0</b>
<b>Género</b>		
Femenino	1,4	3,4
Masculino	6,9	17,2
<b>Edad</b>		
Menos de 45	7,5	-
Entre 45 y 60	1,6	0,0
Mayores de 60	2,1	13,7
<b>Región</b>		
GAM	2,2	9,5
NO GAM	3,8	25,0
<b>Institución</b>		
INA	0,0	-
MEP	3,3	-
Parauniversitario	0,0	-
Universidades públicas	3,6	-
Otras	0,0	-

**Gráfico AP 13 Porcentaje de personas afiliadas activas por tipo de crédito de interés**

**(A) Personas Afiliadas Activas (n=15)**



**(B) Personas Afiliadas Pensionadas (n= 28)**



## v. Conocimientos sobre prestaciones sociales

**Cuadro AP 14 Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que se ha enterado de conferencias, charlas, talleres o actividades recreativas realizadas por JUPEMA según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>22,7</b>	<b>35,0</b>
<b>Género</b>		
Femenino	24,6	45,5
Masculino	19,5	25,0
<b>Edad</b>		
Menos de 45	22,4	-
Entre 45 y 60	20,5	0,0
Mayores de 60	25,0	31,1
<b>Región</b>		
GAM	23,8	28,6
NO GAM	20,2	33,3
<b>Institución</b>		
INA	14,3	-
MEP	12,1	-
Parauniversitario	0,0	-
Universidades públicas	38,0	-
Otras	19,2	-

**Gráfico AP 15 Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas por razones para no asistir a las actividades organizadas por JUPEMA**

**(A) Personas Afiliadas Activas (n=73)**



**(B) Personas Afiliadas Pensionadas (n=108)**



vi. Conocimiento de la oficina de servicio al afiliado

**Cuadro AP16. Porcentaje de personas activas y pensionadas que conoce cómo poner quejas, denuncias o sugerencias en JUPEMA según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>13,7</b>	<b>28,0</b>
<b>Género</b>		
Femenino	14,2	27,3
Masculino	13,6	41,7
<b>Edad</b>		
Menos de 45	11,8	-
Entre 45 y 60	13,9	50,0
Mayores de 60	15,0	37,8
<b>Región</b>		
GAM	14,7	31,4
NO GAM	12,1	58,3
<b>Institución</b>		
INA	14,3	-
MEP	15,0	-
Parauniversitario	0,0	-
Universidades públicas	10,0	-
Otras	11,5	-

**Cuadro AP17. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que han tenido denuncias o quejas para JUPEMA según la acción tomada. 2026**

<b>Acción tomada</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
Ha deseado poner una denuncia o queja	4,4	4,7
	27,8	38,9
Puso la denuncia o queja	(n=18)	(n=18)
	40,0	85,7
Recibió respuesta a la denuncia o queja	(n=5)	(n=7)

## vii. Reputación Institucional de JUPEMA

**Cuadro AP18. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con que con que JUPEMA es una institución respetable según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>94,1</b>	<b>94,3</b>
<b>Género</b>		
Femenino	94,2	100,0
Masculino	92,4	91,7
<b>Edad</b>		
Menos de 45	94,7	-
Entre 45 y 60	95,1	100,0
Mayores de 60	92,2	93,3
<b>Región</b>		
GAM	95,1	91,4
NO GAM	89,9	100,0
<b>Institución</b>		
INA	100,0	-
MEP	92,5	-
Parauniversitario	100,0	-
Universidades públicas	98,0	-
Otras	96,2	-

**Cuadro AP19. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “confío en las decisiones que JUCEMA toma sobre mi pensión” según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>72,4</b>	<b>75,4</b>
<b>Género</b>		
Femenino	73,1	81,8
Masculino	74,6	72,2
<b>Edad</b>		
Menos de 45	75,0	-
Entre 45 y 60	77,9	100,0
Mayores de 60	70,0	73,3
<b>Región</b>		
GAM	75,8	77,1
NO GAM	68,7	66,7
<b>Institución</b>		
INA	100,0	-
MEP	72,4	-
Parauniversitario	-	-
Universidades públicas	72,0	-
Otras	84,6	-

**Cuadro AP20. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con que JUPEMA realiza una gestión transparente de mi pensión según características personales por tipo de afiliado. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>81,2</b>	<b>83,4</b>
<b>Género</b>		
Femenino	81,2	90,9
Masculino	82,2	75,0
<b>Edad</b>		
Menos de 45	86,8	-
Entre 45 y 60	85,2	100,0
Mayores de 60	76,7	77,8
<b>Región</b>		
GAM	81,9	80,0
NO GAM	80,8	75,0
<b>Institución</b>		
INA	85,7	-
MEP	81,0	-
Parauniversitario	100,0	-
Universidades públicas	76,0	-
Otras	96,2	-

**Cuadro AP21. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “creo en las informaciones que da JUPEMA sobre los fondos de pensiones” según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>79,8</b>	<b>76,7</b>
<b>Género</b>		
Femenino	81,9	72,7
Masculino	77,1	72,2
<b>Edad</b>		
Menos de 45	82,9	-
Entre 45 y 60	86,1	100,0
Mayores de 60	75,6	71,1
<b>Región</b>		
GAM	81,9	71,4
NO GAM	76,8	75,0
<b>Institución</b>		
INA	85,7	-
MEP	78,9	-
Parauniversitario	-	-
Universidades públicas	84,0	-
Otras	92,3	-

**Cuadro AP22. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “JUPEMA se preocupa por el bienestar de sus afiliados” según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>75,4</b>	<b>72,0</b>
<b>Género</b>		
Femenino	76,5	81,8
Masculino	76,3	66,7
<b>Edad</b>		
Menos de 45	76,3	-
Entre 45 y 60	77,9	100,0
Mayores de 60	75,6	68,9
<b>Región</b>		
GAM	77,4	68,6
NO GAM	75,8	75,0
<b>Institución</b>		
INA	85,7	-
MEP	74,5	-
Parauniversitario	-	-
Universidades públicas	76,0	-
Otras	100,0	-

**Cuadro AP23. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “El personal de JUPEMA da un buen trato a las personas afiliadas” según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>78,3</b>	<b>90,7</b>
<b>Género</b>		
Femenino	79,6	100,0
Masculino	80,5	83,3
<b>Edad</b>		
Menos de 45	71,1	-
Entre 45 y 60	81,1	100,0
Mayores de 60	82,8	86,7
<b>Región</b>		
GAM	83,0	88,6
NO GAM	73,7	83,3
<b>Institución</b>		
INA	71,4	-
MEP	81,3	-
Parauniversitario	100,0	-
Universidades públicas	68,0	-
Otras	88,5	-

**Cuadro AP24. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “Siento que la imagen de JUPEMA es positiva ante la sociedad” según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>88,8</b>	<b>86,8</b>
<b>Género</b>		
Femenino	87,7	81,8
Masculino	92,4	83,3
<b>Edad</b>		
Menos de 45	82,9	-
Entre 45 y 60	93,4	100,0
Mayores de 60	88,9	82,2
<b>Región</b>		
GAM	90,6	80,0
NO GAM	87,9	91,7
<b>Institución</b>		
INA	85,7	-
MEP	87,8	-
Universidades públicas	92,0	-
Parauniversitario	100,0	-
Otras	100,0	-

**Cuadro AP25. Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación “Creo que es mejor estar afiliado(a) a JUPEMA que otro fondo de pensiones según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>82,2</b>	<b>83,7</b>
<b>Género</b>		
Femenino	86,2	81,8
Masculino	76,3	86,1
<b>Edad</b>		
Menos de 45	78,9	-
Entre 45 y 60	86,9	100,0
Mayores de 60	82,2	84,4
<b>Región</b>		
GAM	82,6	88,6
NO GAM	85,9	75,0
<b>Institución</b>		
INA	85,7	-
MEP	83,7	-
Universidades públicas	78,0	-
Parauniversitario	-	-
Otras	88,5	-

viii. Actualización de datos

**Cuadro AP26 Porcentaje de personas afiliadas activas y pensionadas que ha actualizado sus datos personales en JUPEMA en los últimos 12 meses según características personales. 2026**

<b>Característica</b>	<b>Activos</b>	<b>Pensionados</b>
<b>Total</b>	<b>47,1</b>	<b>41,5</b>
<b>Género</b>		
Femenino	49,6	45,5
Masculino	45,8	38,9
<b>Edad</b>		
Menos de 45	32,9	-
Entre 45 y 60	43,4	-
Mayores de 60	58,3	42,2
<b>Región</b>		
GAM	49,1	40,0
NO GAM	50,5	41,7
<b>Institución</b>		
INA	28,6	-
MEP	52,4	-
Universidades públicas	32,0	-
Parauniversitario	-	-
Otras	42,3	-

**Cuadro AP27. Distribución porcentual de las personas activas y pensionadas que han actualizado los datos personales en JUPEMA según característica personas por tipo de afiliado y medio por el que realizó la actualización. 2026**

Característica	Activos						Pensionados					
	Boletas de datos	Correo electrónico	Sucursal	WhatsApp	Otro	No responde	Boletas de datos	Correo electrónico	Sucursal	WhatsApp	Otro	No responde
<b>Total</b>	<b>14,0</b>	<b>3,6</b>	<b>70,5</b>	<b>1,0</b>	<b>9,3</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>	<b>4,4</b>	<b>87,5</b>	<b>1,2</b>	<b>4,4</b>	<b>1,2</b>
<b>Género</b>												
Femenino	17,1	3,1	69,0	1,6	7,8	1,6	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Masculino	1,9	5,6	75,9	0,0	14,8	1,9	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
<b>Edad</b>												
Menos de 45	11,4	1,9	79,0	1,0	5,7	1,0	-	-	-	-	-	-
Entre 45 y 60	11,3	5,7	60,4	1,9	17,0	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mayores de 60	20,0	8,0	60,0	0,0	12,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
<b>Región</b>												
GAM	13,1	5,4	68,5	1,5	9,2	2,3	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
NO GAM	10,0	0,0	80,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
<b>Institución</b>												
INA	50,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-
MEP	11,0	1,9	74,0	1,3	10,4	1,3	-	-	-	-	-	-
Parauniversitario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Universidades públicas	31,3	12,5	50,0	0,0	6,3	0,0	-	-	-	-	-	-
Otras	0,0	18,2	63,6	0,0	9,1	9,1	-	-	-	-	-	-

