

UNIVERSIDAD DE SONORA
UNIDAD REGIONAL CENTRO
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Título:

“Evaluación de Comunicación Organizacional Externa en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora”

TODO · LO · ILUMINAN

TESIS

Para obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presentan:

Jimena Guadalupe López Méndez
Ana Karen Ruelas Tanori

Director:

Gonzalo Leyva Pacheco

Hermosillo, Sonora.

Noviembre de 2016

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

Índice

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
OBJETIVO GENERAL	3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	3
JUSTIFICACIÓN	4
METODOLOGÍA	5
TABLA DE VARIABLES E INDICADORES	8
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	10
1.1 COMUNICACIÓN	10
1.2 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	10
1.3 COMUNICACIÓN EXTERNA	11
1.4 MEDIOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	11
1.5 ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE	13
1.6 MAPA TEÓRICO DE LA EVALUACIÓN DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EXTERNA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DEL REGISTRO CIVIL DEL ESTADO DE SONORA	15
CAPÍTULO II CONTEXTO INSTITUCIONAL	16
2.1 ANTECEDENTES	16
2.2 LÍNEA DEL TIEMPO	18
2.3 OTRAS CARACTERISTICAS DE LA INSTITUCIÓN	19
2.4 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	20
2.5 ORGANIGRAMA	21
CAPÍTULO III RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN	22
3.1 RESULTADOS DE LAS BITÁCORAS DE OBSERVACIÓN	22
3.1.1 VARIABLE ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	23
3.2 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA APLICADA	24
3.2.1 VARIABLE ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	24
3.2.2 VARIABLE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE	25
3.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA	26

3.3.1	DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS DE LOS ENCUESTADOS ...	27
3.3.2	SERVICIO SOLICITADO	29
3.3.3	VARIABLE: ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	31
3.3.3.1	SEÑALÉTICA	31
3.3.3.2	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	34
3.3.4	VARIABLE: ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE	35
3.3.4.1	INFORMACIÓN PROPORCIONADA	35
3.3.4.2	TRATO	36
3.3.4.3	TIEMPO	37
3.3.4.4	SERVICIO	38
3.3.5	CONCLUSIONES	41

CAPÍTULO IV	PROPUESTAS DE MEJORAMIENTO Y PROMOCIÓN INSTITUCIONAL	47
-------------	--	----

CONCLUSIONES GENERALES Y AGENDA DE INVESTIGACIÓN.....	50
---	----

FUENTES CONSULTADAS	53
---------------------------	----

ANEXOS

Introducción

La evaluación de comunicación organizacional externa que se presenta a continuación, fue realizada en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, para identificar la efectividad de las estrategias y medios de comunicación que implementa la institución, y describir cómo es la atención que el usuario recibe por parte de los servidores públicos de la Dirección.

Este trabajo está dividido en cuatro capítulos; en el primero se plantean los conceptos principales de la investigación, tales como: comunicación, comunicación organizacional, comunicación externa, en conjunto con sus variables; estrategias y medios de comunicación y atención y satisfacción al cliente, los cuales fueron la guía para nuestro trabajo.

En el capítulo dos se describe la parte contextual de la institución, la cual lleva en su contenido los antecedentes, los primeros registros y las innovaciones que ha tenido la institución, su filosofía organizacional, el organigrama y la descripción de la institución sobre los servicios que actualmente presta a los usuarios.

En el capítulo tres se muestran los resultados de la evaluación, a partir de los instrumentos aplicados como las bitácoras, entrevista y encuestas, mismas que se ven reflejadas en las gráficas. Asimismo, en él se presentan las principales conclusiones de acuerdo a las variables definidas en los instrumentos aplicados.

Y finalmente en el capítulo cuatro se dan a conocer las propuestas que se diseñaron para abordar las áreas de oportunidad que se encontraron por medio de los resultados de la evaluación.

En este estudio se implementó la metodología mixta, ya que retomamos los enfoques cuantitativo y cualitativo; porque la

investigación lo requería, en las cuales se utilizaron la observación, la entrevista y la encuesta, en el orden de aplicación respectivo.

La comunicación externa es la comunicación dirigida al usuario externo; es decir, al usuario del servicio; nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías, organizaciones o instituciones para así evaluar sus debilidades y fortalezas en ellos, e innovar o crear nuevas estrategias para el buen trato del usuario.

Los medios de comunicación y la señalética fueron nuestros indicadores, de ahí partimos para empezar a trabajar; asimismo se abordó la satisfacción al usuario, ya que por prestar un servicio, es de suma importancia que el usuario, en este caso, no se retire del lugar con una mala experiencia, ya que en la institución le presta un servicio; y para adentrarnos a la satisfacción al usuario, nos enfocamos al trato que recibe, el tiempo de espera en realizar el trámite que necesita e información proporcionada que se les brinda para resolver eficazmente el servicio requerido.

Planteamiento del problema

Objetivo General

Realizar una evaluación de comunicación organizacional externa en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, a partir de la perspectiva de los usuarios.

Objetivos Específicos

- Identificar las estrategias y medios de comunicación externos que se implementan en ventanilla y módulo de información de la institución.
- Determinar la efectividad de las estrategias y medios de comunicación externos utilizados por la institución.
- Determinar si la señalética implementada facilita la ubicación de los servicios que ofrece la institución a sus usuarios.
- Establecer la satisfacción de los usuarios sobre la atención y servicio que ofrece la institución.
- Diseñar en base a los resultados de la evaluación, una propuesta de mejora para la comunicación externa de la institución.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las estrategias y medios de comunicación externos que se implementan en ventanilla y módulo de información de la institución?
- ¿Son efectivas las estrategias y medios de comunicación externos utilizados por la institución?
- ¿La señalética implementada facilita la ubicación de los servicios de la institución a los usuarios?
- ¿Se cumple con la satisfacción de los usuarios en la atención y servicio que se les brinda?

Justificación

El Registro Civil es una institución de orden público y de interés social, por medio de la cual el Estado hace constar auténticamente y hace públicos los actos relacionados con el estado civil de las personas.

Toda persona puede solicitar y obtener copias o extractos certificados de los hechos y actos constitutivos, modificativos y extintivos del estado civil de las personas que obren en sus archivos.

El objetivo es evaluar la efectividad de las estrategias y medios de comunicación que se implementan en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, y la satisfacción del usuario en relación al servicio requerido.

Así mismo, después de haber realizado la valoración por medio de visitas a la Dirección, se cubrieron bitácoras de lo observado, también se formuló una entrevista la cual se aplicó a la responsable del Departamento de Innovación y Calidad de la Dirección. Así mismo, se diseñó y aplicó una encuesta a los usuarios del Registro Civil.

Después de haber procesado la información de la entrevista y las encuestas, se analizaron los resultados obtenidos, y se realizaron propuestas, para mejorar las estrategias que la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora implementa.

Los trámites que se realizan en el Registro Civil son únicos y solo el Estado los aplica, por lo cual estos servicios tendrán que ser ejecutados con excelencia.

En este sentido nuestra investigación nos permitió aportar una valoración sustentada en la percepción que los usuarios tienen de la atención y servicio que ofrece la institución, puesto que la satisfacción al cliente es una tarea permanente que las instituciones deben

privilegiar para crear vínculos con el usuario o cliente, los cuales llevarán a una comunicación externa efectiva.

Metodología

La presente investigación está realizada bajo una metodología de tipo mixta, la cual es la combinación y complementación de los métodos cualitativos y cuantitativos.

El método cualitativo proporciona profundidad a los datos, dispersión, contextualización del ambiente o el entorno, detalles y experiencias únicas.

También "aporta un punto de vista; fresco, natural, holístico de los fenómenos, así como la flexibilidad". Sobre la investigación cuantitativa Hernández señala que "nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga el control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de estos" (Hernández y Cols.:2006).

El mismo autor aclara que, "nos brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comprensión entre estudios similares" (Hernández y Cols.:2006).

En la investigación se utilizaron diferentes técnicas de investigación, las cuales son:

En el enfoque cualitativo:

La observación "es la más común de las técnicas de investigación: la observación sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos" (Rodríguez, 2005, p. 115.), por lo que en las bitácoras se asentó todo lo que fue observado de acuerdo a las variables definidas.

La entrevista, según Rodríguez "es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos y grupos con el fin de obtener testimonios orales" (Rodríguez, 2005, pág. 125). Esta herramienta se emplea cuando el problema de estudio no se puede observar, o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad y permiten obtener información personal detallada.

La entrevista se aplicó a la Licenciada Beatriz Rodríguez Leyva, responsable del Departamento de Innovación y Calidad de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, con el objetivo de obtener información que permitiera ubicar las estrategias y acciones de comunicación externa institucionales.

En el enfoque cuantitativo:

La encuesta "...representa una serie de entrevistas personales breves pero estandarizadas, en las cuales los entrevistadores formulan siempre las mismas preguntas y las respuestas de los entrevistados se limitan a unas pocas categorías" (Travers, 1971, p. 245).

Esta herramienta se aplicó a los usuarios que fueron a tramitar algún servicio que presta la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, la encuesta que se aplicó, fue de preguntas cerradas, para hacerla más fluida y rápida.

La encuesta que se diseñó tiene por contenido, los datos generales de los encuestados, tales como; el género, edad, escolaridad, ocupación, esto para saber las características de los usuarios; también se incluye el servicio solicitado, y opinión sobre las estrategias y medios de comunicación, así como la atención y satisfacción al cliente.

En el contexto del proyecto del Registro Civil, se aplicó una evaluación de actitudes, pero en esta solo utilizamos de acuerdo y en desacuerdo, dado el diseño de la encuesta.

Para la encuesta que se aplicó a los usuarios que acudían a la institución, se obtuvo una muestra basado en el total de usuarios que solicitan algún servicio por mes, para el mes de abril de 2013, se tuvo como referencia 8 mil usuarios que asisten por mes, por lo que se consideró dicho dato como la población total. Se procedió a realizar la muestra representativa con un nivel de confianza de un 95% y 5% de margen de error, teniendo como resultando 366 casos a aplicar.

Las encuestas se aplicaron las dos primeras semanas de mayo 2013, teniendo en cuenta que el horario de atención que brinda la institución es de las 08:00 a.m. a las 15:00 p.m. de lunes a viernes; se encuestó dos horas diarias, las cuales fueron de 10:00 a.m. a 12:00 p.m.

Tabla de variables e indicadores

VARIABLE	INDICADOR	PREGUNTAS DE LA ENCUESTA
Estrategias de comunicación	1) Señalética	1.- ¿Sabía que debía tomar un turno? 2.- ¿Sabía que en el módulo de información dan los turnos? 3.- ¿Fue fácil ubicar el módulo de información? 7.- ¿En ventanilla dice el trámite que puedo realizar? 8.- ¿La información que está en ventanilla es clara? 9.- ¿Sé en cuál ventanilla debo hacer el trámite?
	2) Medios de comunicación	10.- ¿Veo la televisión mientras espero? 11.- ¿La información que veo por la televisión me es útil?
	1) Información proporcionada	4.- ¿Me informaron sobre los requisitos que necesito para realizar mi trámite?

Atención y Satisfacción al cliente	2)Trato	<p>5.- ¿La persona que me atendió en el módulo de información fue amable?</p> <p>13.- ¿La persona que me atendió en ventanilla fue amable?</p>
	3)Tiempo	<p>6.- ¿La persona que me atendió lo hizo con rapidez?</p> <p>12.- ¿Fue poco el tiempo que espere para pasar a ventanilla?</p> <p>14.- ¿La persona que me atendió en ventanilla lo hizo con rapidez?</p> <p>15. ¿Vengo al servicio de ventanilla por que no se utilizar el cajero automático?</p> <p>16.- ¿El costo del servicio que solicité es barato?</p> <p>17.- ¿Confío más en los documentos de ventanilla que los que da el cajero?</p> <p>18.- ¿El tiempo que espere para pagar el servicio fue rápido?</p>

Capítulo I Marco teórico

En el presente capítulo se desarrollan los principales conceptos y variables que son la columna vertebral de nuestra investigación, ya que fundamentan y guían este trabajo, esto es con el fin de dar a conocer el proyecto y concebir una idea más clara de lo que se estudió.

1.1 Comunicación

Con relación a este concepto K. Berlo señala "que toda comunicación humana tiene alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones, información, y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente. El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de mensaje. En la comunicación humana toda conducta física, como traducción de ideas, propósitos e intenciones expresadas en un código, en un conjunto sistemático de símbolos, constituyen un mensaje". (1969:18)

Por otro lado, Andrade afirma que "la comunicación es para la empresa el equivalente al sistema circulatorio del organismo animal o humano, permite que la sangre fluya, que en este caso es la información". (2005: 9)

1.2 Comunicación Organizacional

De los diversos tipos de comunicación la que destacamos en este estudio es la comunicación organizacional que "es aquella que dentro de un sistema económico, político, social o cultural se da a la tarea de rescatar la contribución activa de todas las personas que lo integran

operativa y tangencialmente y buscar abrir espacios para la discusión de los problemas de la empresa o institución esforzándose por lograr soluciones colectivas que benefician al sistema y que lo hacen más productivo"(Rebeil,1998:231).

Por su parte Andrade, afirma que la comunicación organizacional "es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre esta y sus diferentes públicos externos" (Andrade, 2005:223). Esto significa que la comunicación en las organizaciones tenderá a ser más compleja.

■ **1.3 Comunicación Externa**

Con respecto a la comunicación externa "está constituida por un conjunto de mensajes de cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o a mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus actividades, productos o servicios" (Andrade, 2005:223). Es una herramienta básica para lograr mayor posicionamiento de la organización de sus objetivos y servicios.

En este rubro, Báez menciona que "la comunicación externa se dirige a presentar las relaciones de las instituciones u organizaciones al exterior. En las instituciones públicas se trata de no solamente de los usuarios de sus servicios sino que se debe informar a otras instituciones, a los ciudadanos y a algunas organizaciones internacionales" (2000: 134).

1.4 Medios y Estrategias de Comunicación

Los medios y estrategias de comunicación en una empresa son esenciales, ya que gracias a ellos permiten que la empresa se comunique con el exterior, ya sea cliente o usuario.

"Los medios son los diferentes canales de comunicación a través de los cuales pueden transmitirse los mensajes publicitarios, cada medio se compone de varios soportes". "Los soportes son cada una de las partes en que se divide un medio publicitario. En el medio televisivo, por ejemplo, se consideran soportes cada una de las cadenas; en la radio, los soportes serían las diferentes emisoras" (Luis Cervera, 1975:185).

Rodríguez también señala que: "entendemos por medio publicitario los canales por los cuales discurre la comunicación entre anunciantes y su público. (2007:142)

En estrategias y medios de comunicación tomamos en cuenta los medios de comunicación y la señalética como indicadores, esta última Costa la define de dos maneras, primero como "una disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios", y en la segunda definición menciona que "es una parte de la ciencia de la comunicación visual". (2007:101)

La señalética nos conduce a la ubicación que tienen por ejemplo: el módulo de información y ventanillas, donde y como están colocados los letreros del dispensador para tomar turno, buzón de quejas, nombre de cada ventanilla, acrílico en cada institución, entre otros.

Thompson por su parte plantea que "los medios de comunicación son el canal que mercadólogos y publicistas utilizan para transmitir un determinado mensaje a su mercado meta, por tanto, la elección de o los medios a utilizar en una campaña publicitaria es una decisión de suma importancia porque repercute directamente en los resultados que se obtienen con ella" (2006: 115).

Sobre las estrategias de comunicación, Berracoli "señala que una estrategia de comunicación se basa en una serie de principios estratégicos que ayudan a mejorar el servicio interno y externo que brinda la organización a su personal, a sus proveedores y a su público

consumidor. Por lo mismo, se pone el interés en la selección de los discursos integrados y homogéneos, para que los trabajadores realicen sus actividades con la misma lógica de calidad, innovación, respeto, participación, desarrollo y productividad" (1998:234)

Por último, Assifi y French hacen mención de que una estrategia de comunicación "es la combinación de métodos, mensajes y enfoques por medio de los cuales el planificador busca alcanzar los objetivos de comunicación" (1991:48).

Cuando las estrategias son elegidas eficazmente y los medios son los adecuados es más fácil alcanzar las metas planteadas en relación a lograr mayor número de cliente o número de usuarios.

1.5 Atención y Satisfacción al Cliente

Para conocer cómo es la atención que recibe el usuario por parte del funcionario de la institución, la satisfacción que tienen los usuarios sobre el servicio que presta la misma, es necesario acercarse a ellos y conocer sus expectativas del servicio.

Brown menciona que "la atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. Una vez que se han identificado estos factores, si alguno de los integrantes de la organización es capaz de articularlos dándoles una forma sencilla, se estará construyendo algo duradero" (1989:256).

También la satisfacción al cliente, de acuerdo con Dutka "forma parte de la administración de la calidad total. Al fijar expectativas, pautas y exigencias de rendimiento, el cliente es quien conduce el management de la calidad total. Y esta, a su vez, se concentra en considerar a los productos y servicios como soluciones a los problemas del cliente" (1998: 278).

Kotler al respecto afirma que "el nivel del estado de ánimo de una persona resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". (2006:198).

Pérez por otra parte añade que "la atención al cliente es una poderosa herramienta de marketing que debe establecer políticas eficaces, que todos los empleados conocerán y pondrán en práctica; debe disponer de una estructura organizativa donde las funciones y responsabilidades de todos los trabajadores estén claramente definidas y comprometidas con el cliente; poseer una cultura corporativa de orientación al cliente que se manifieste en la actitud y comportamiento de los trabajadores; y debe contar con la infraestructura necesaria en la empresa para que sea soporte en la ejecución de los procesos de calidad en el servicio". (2006:145).

1.6 Mapa conceptual de la evaluación de comunicación organizacional externa de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora.



Fuente: Elaborado por Jimena Guadalupe López Méndez y Ana Karen Ruelas Tanori, en el año 2013.

Capítulo II Contexto Institucional

Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora.

En este capítulo se describe todo lo relacionado con la institución en la cual se realizó la evaluación de comunicación organizacional externa, antecedentes de la misma, su evolución, así como también se muestra la descripción de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, como su horario, su ubicación y los servicios que presta al público; también la misión y el objetivo, y por último el organigrama.

La información que a continuación se presenta, fue recabada del Manual de Organización Dirección General del Registro Civil que nos proporcionó la responsable del área de innovación; así como también en la entrevista realizada.

2.1 Antecedentes

De acuerdo a documentos institucionales de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, "la creación del Registro Civil en Sonora, obedeció a la promulgación de las Leyes de Reforma, siendo el General C. Ignacio L. Pesqueira, Gobernador del Estado; en firmar el primer Decreto de la Ley Orgánica del Registro Civil que se publicó en el País el 17 de septiembre de 1958, convirtiendo al Estado de Sonora en el primero de la República Mexicana en la aplicación de las Leyes del Registro Civil (Publicaciones el 17 y 24 de septiembre, 7 y 8 de octubre de 1958. Periódico del Gobierno del Estado, La Voz de Sonora".

"En Sonora, el primer registro que se llevó a cabo fue un Matrimonio, celebrado en Moctezuma el 11 de Agosto de 1860, antecediendo al acta de nacimiento de Gerónima Francisca Juárez

Maza, hija del Presidente Benito Juárez y Margarita Maza; ocurrida el 10 de octubre de 1860 en Veracruz y quien se presume de los primeros actos inscritos en el País"

En un principio las Oficialías del Registro civil en la entidad funcionaban como concesiones exclusivas de carácter privado. El Ejecutivo del Estado otorgaba los nombramientos a los Oficiales del Registro Civil, pero la mayoría de las veces los Oficiales nombrados se organizaban en forma particular por lo que las políticas de servicio y aranceles respondían a la voluntad y criterio personal de dichos funcionarios.

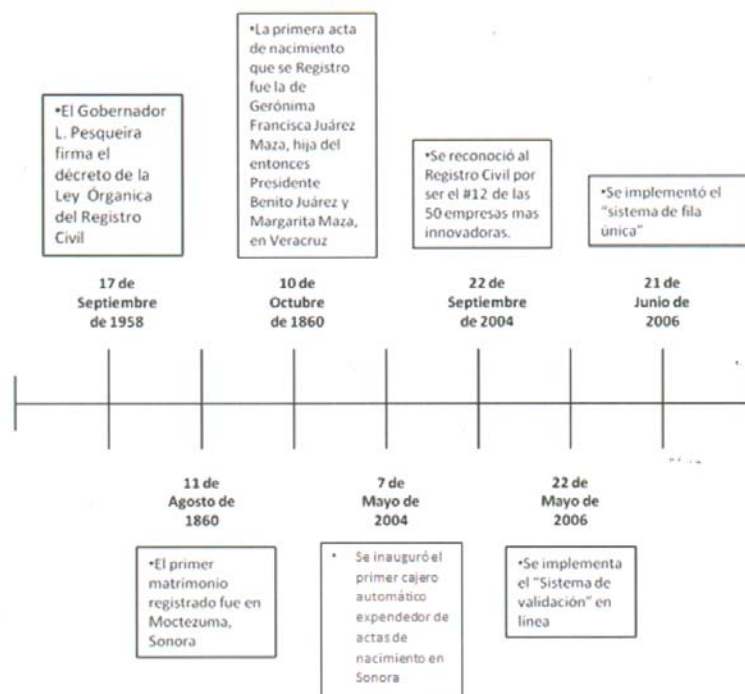
El 07 de mayo del 2004, se inauguró el primer "Cajero Automático Expendedor de Actas de Nacimiento" en el Estado de Sonora, en Hermosillo, beneficiando a 609,829 habitantes.

El 22 de Septiembre del 2004, reconocimiento al Registro Civil del Estado de Sonora por la Revista "Information Week México" al considerarse en el lugar # 12 de las 50 empresas más Innovadoras del País, durante el Bussines Innovation Forum (BIF) en México, D.F., presentando nuestro Registro Civil una alineación a las Innovaciones Tecnológicas, combinación de equipos multidisciplinarios, la rentabilidad del proyecto y por supuesto el impacto social del mismo.

El 22 de Mayo del 2006, implementación del "Sistema validación en Línea" para la captura, verificación y validación de 1'500,000 actas del Registro Civil, donde participan 1000 prestadores de servicio social, vía WEB la información se almacenan automáticamente en una base de datos central, permitiendo acceder a ellos de forma inmediata. Se establecieron convenios con Instituciones de los sectores educativos, por medios de programas de servicio social o prácticas profesionales.

21 de Junio del 2006, implementación del "Sistema de fila Única" en las oficinas de la Dirección General del Registro Civil. Es un sistema de consulta, facturación, impresión del documento y cobro en cada una de las ventanillas, eliminando el número de filas que se requería para la obtención de actas solicitadas (Reducción de 5 filas a solo una para solicitar un acta), en coordinación con la Agencia Fiscal se integró el Sistema Integral de Información Administrativa y Financiera (SIIAF) recibe información de los ingresos obtenidos por la expedición de documento y se pretendió beneficiar a cerca de 170,554 usuarios al año.

2.2 Línea del tiempo



Fuente: Elaborado por Jimena Guadalupe López Méndez y Ana Karen Ruelas Tanori, 2013.

2.3 Otras características de la institución

La evaluación de comunicación externa se realizó en la Dirección General del Estado de Sonora, cabe destacar que esta institución es gubernamental, por lo tanto es de carácter público y de ámbito geográfico estatal, su horario de atención es de 8 de la mañana a 3 de la tarde de lunes a viernes y está ubicada en el Centro de Gobierno, edificio Sonora sur, planta baja, Blvd. Paseo Rio Sonora y Comonfort, Hermosillo, Sonora; La sala de espera fue el espacio indicado para desarrollar dicha investigación.

Los servicios institucionales son los siguientes:

- Inscripción de:
 1. Nacimiento
 2. Reconocimiento de hijos
 3. Defunciones
 4. Matrimonios

- Expedición de actas
- Rectificación de actas
- C.U.R.P.

2.4 Filosofía Organizacional

De acuerdo con información oficial de esta Dirección su misión y su objetivo son los siguientes:

Misión

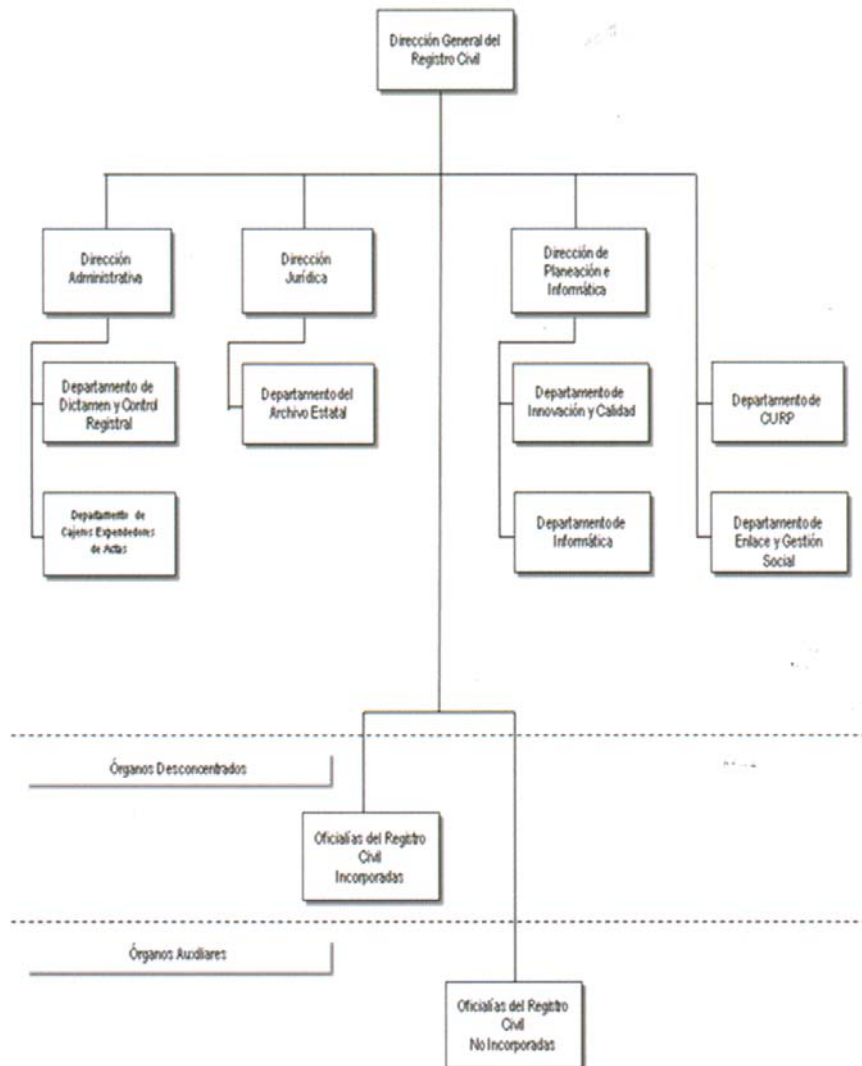
"La institución tiene como propósito la de apoyar al Ejecutivo del Estado en su afán de lograr un cambio en la Administración Pública Estatal, dando cumplimiento a los objetivos del Plan Estatal de Desarrollo, y a los específicos del programa operativo anual sobre modernización administrativa, el cual destaca la importancia de que las dependencias del Ejecutivo del Estado elaboren y actualicen sus respectivos manuales administrativos ya que éstos representan una herramienta básica para la ejecución y observancia de sus funciones fundamentales"

Objetivos

"Constituir el estado civil y la capacidad legal de las personas físicas, a través de los procedimientos de inscripción y certificación de los diferentes actos del Registro Civil en cumplimiento con las disposiciones establecidas por la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Sonora, Código Civil, de Procedimientos Civiles y demás ordenamientos jurídicos y aditivos que regulan el desempeño de la función registral"

2.5 Organigrama

Aquí se muestra el número de empleados por cada dirección en la institución: departamento: Dictamen y control registral (6); Cajeros expendedores de actas (6); Archivo estatal (7); Innovación y Calidad (7); Informática (6); C.U.R.P. (7); Enlace y Gestión Social (6).



Fuente: Organigrama proporcionado por la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, 2013.

Capítulo III Resultados de la Evaluación

La evaluación de comunicación organizacional externa realizada en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora se enfocó en las estrategias y medios de comunicación externa que implementa la institución; y la atención y satisfacción al cliente.

Las variables utilizadas fueron:

- Estrategias y medios de comunicación.
- Atención y satisfacción del usuario.

En la primera variable abordamos específicamente la señalética, como lo es la ubicación de letreros, módulo de información, buzón de quejas y ventanillas; y en la otra variable de satisfacción y atención al usuario fue el trato (amabilidad), tiempo de espera (en el módulo de información, en la sala de espera para pasar a ventanilla, como en ventanilla) e información proporcionada) requisitos en regla para realizar el trámite).

3.1 Resultados de las bitácoras de observación

Con los datos obtenidos en la observación (bitácora) la cual se realizó en el mes de abril de 2013 en la sala de espera, nos podemos percatar de que las estrategias que utiliza la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora no están adecuadamente implementadas.

3.1.1 Variable estrategias y medios de comunicación.

Al acudir a las instalaciones observamos que hay diez ventanillas, pero no todas están abiertas; entrando a mano derecha está un acrílico, el cual hace mención de los trámites y solo algunos tienen anotado el costo.

La señalética es un factor importante, ya que en este caso le facilita al usuario ubicarse y saber a dónde dirigirse para realizar su trámite correspondiente.

Dentro del Registro Civil se encuentra un módulo de información, el cual está a un lado de la pared del acrílico, lo atienden 2 personas y ahí mismo está un toma turno, mismo que los usuarios no logran identificar fácilmente.

Así mismo, la Dirección cuenta con dos monitores, en los cuales pasan videos de información acerca de las oficialías, ubicación y servicios que presta; aunque no todos los días están encendidos, y también es insuficiente la información que proporcionan, podemos decir que este medio de comunicación no se está aprovechando óptimamente.

En las primeras observaciones nos percatamos que las personas prefieren estar haciendo fila para realizar su trámite en lugar de utilizar el cajero que se encuentra fuera de la Dirección, les preguntamos al respecto y nos contestaron que porque no sabían cómo usarlo, o porque confiaban más en realizar el trámite en ventanillas.

3.2 Resultados de la entrevista aplicada

La entrevista aplicada en Abril de 2013, se deriva de las variables que utilizamos para la identificación y valoración, las cuales son las estrategias y medios de comunicación, así como también la atención y satisfacción del cliente.

3.2.1 Variable estrategias y medios de comunicación.

En la entrevista se mencionó que, "el usuario llega al módulo de información, donde se le asesora sobre el trámite que va a requerir, y se le da un folleto y se le explican los requisitos para realizar algún el trámite" esto con el fin de que el usuario no llegue a ventanilla con los documentos incompletos, y por lo tanto desaproveche el tiempo que tenía pensado ocupar, esto es una atención satisfactoria para el usuario, ya que hay servicios en los cuales no sabes cuales son las exigencias. Aquí se aplica la variable de atención y satisfacción al cliente, se le da la suficiente información sobre su trámite en dicho término.

Sobre el cajero automático, indicó que se le invita al usuario a utilizarlo por medio de información visual, el contenido que se proyecta en los monitores se actualiza cada que se requiera y estos los produce una empresa externa al gobierno, también se hace por medio de la página de internet y por teléfono para que sea más ágil su proceso y no tenga que acudir y esperar en la Dirección y/o Oficialía del Registro Civil, sus medios de comunicación son básicos pero funcionales.

En este apartado nos muestra la variable de estrategias y medios de comunicación, para poder informarles sobre las ubicaciones de las demás oficialías y de los demás cajeros automáticos. Esta podría ser un área de oportunidad, pero es complejo por ser una institución pública.

En la entrevista se le preguntó si los servicios son gratuitos, por lo que contestó que no son gratuitos, solo en excepciones en los que "traigan un oficio, ya sea de una dependencia que los está girando para acá o de atención ciudadana, hay búsquedas especiales gratuitas, siempre y cuando nos avale que alguien los está solicitando o ya sea que la persona sea de escasos recursos" los tramites tienen costo pero hay algunas excepciones, esto para ayudar al ciudadano con su trámite.

3.2.2 Variable Atención y Satisfacción del Cliente.

Aquí se expone la variable de atención y satisfacción al cliente, ya que hay ciudadanos que no tienen los recursos para poder expedir una acta, que es lo más habitual o cualquier otro servicio. Por ser una institución gubernamental esto es significativo por el apoyo que brindan a la sociedad.

Mencionó que el personal recibe capacitación para la atención al usuario el cual dicho sistema se llama "SECAP" "cada año salen diversos cursos que se catalogan para quienes atienden al usuario, que es poco difícil enviarlos, porque si aquí falta una persona imagínate no, si es poco difícil, pero se trata de que asistan, hay cursos para todos, dependiendo del área, los canalizan, hay cursos hasta de computación para las personas un poco mayores que no lo manejan muy bien".

Con esto nos podemos dar cuenta de que el personal está capacitado para desempeñar su trabajo, así como para atender al usuario, esto es de suma importancia, dar un servicio de excelencia al ciudadano y más dentro de una institución gubernamental.

Con la entrevista nos pudimos percatar que si se tiene conocimiento de lo que se emplea en la Institución, ya sea en estrategias y medios de comunicación, así como también en atención y

satisfacción al cliente, en este caso es muy importantes que se lleven a cabo, para poder proporcionar una imagen favorable al público externo.

3.3 Resultados de la encuesta

La encuesta aplicada a los usuarios de los servicios de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, está constituida por datos socio-demográficos, servicio solicitado, así como también por nuestras variables de estrategias y medios de comunicación, y atención y satisfacción al cliente, es por ello que las respuestas se derivaban en una escala de Likert corta y ajustada a dicotomía en "de acuerdo" y "desacuerdo".

Como ya lo mencionamos en el apartado de la metodología para poder aplicar la encuesta a los usuarios que acudían a la institución, se obtuvo una muestra basado en el total de usuarios que solicitan algún servicio por mes, para el mes de abril se tuvo como referencia 8 mil usuarios que asisten por mes, por lo que se consideró dicho dato como la población total. Se procedió a realizar la muestra representativa con un nivel de confianza con un 95% y 5% de margen de error, teniendo como resultando 366 casos a aplicar.

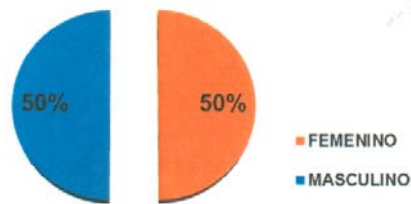
Las siguientes preguntas fueron contestadas por los usuarios que asistieron al Registro Civil del Estado de Sonora, la aplicación de la encuesta fue al término de su trámite, con el fin de saber cómo fue la atención que recibió en el transcurso del mismo.

La mayoría de las personas que solicitaron algún trámite en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, ya habían sido informadas sobre la documentación que necesitaban para poder tramitarlo.

3.3.1 Datos socio-demográficos de los encuestados:

Datos generales de los usuarios que asisten al Registro Civil del Estado de Sonora, que se encuentra en el centro de gobierno con motivo de realizar algún trámite, según la encuesta realizada son:

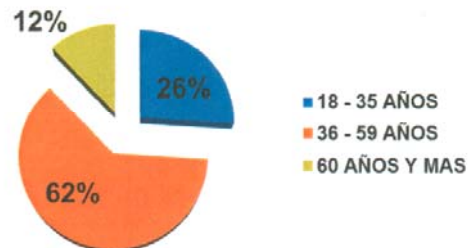
Gráfica 1: Género



Gráfica 1: Género

El género de las personas que acuden a la institución es igual el porcentaje entre mujeres y hombres.

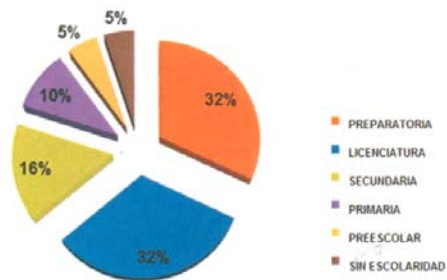
Gráfica 2: Edad



Gráfica 2: Edad

La edad de los usuarios que asisten al Registro Civil del Estado de Sonora de la mayoría con un 62% está entre los 36 a 59 años, después con un 26% de 18 a 35 años y por último con un 12% los de 60 en adelante.

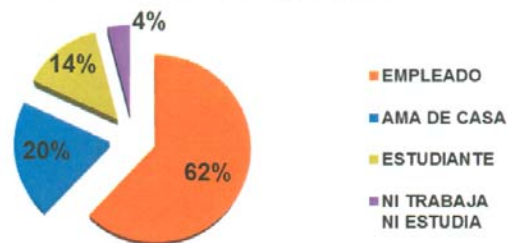
Gráfica 3: Escolaridad



Gráfica 3: Escolaridad

La escolaridad de los usuarios encuestados con un 32% es de universidad, así como otro 32% de preparatoria, después con un 16% de secundaria, y con un 10% e igual porcentaje son de primaria y sin escolaridad.

Gráfica 4: Ocupación



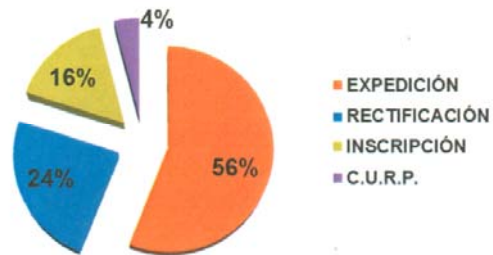
Gráfica 4: Ocupación

La ocupación de los visitantes que asisten para solicitar algún trámite al Registro Civil del Estado de Sonora, según la gráfica, un 62% son empleados, un 20% amas de casa, un 14% de estudiantes y un 4% que ni estudian ni trabajan.

3.3.2. Servicio

El siguiente apartado son los servicios con los que cuenta el Registro Civil del Estado de Sonora, y nos muestra cual es el que con más frecuencia es solicitado.

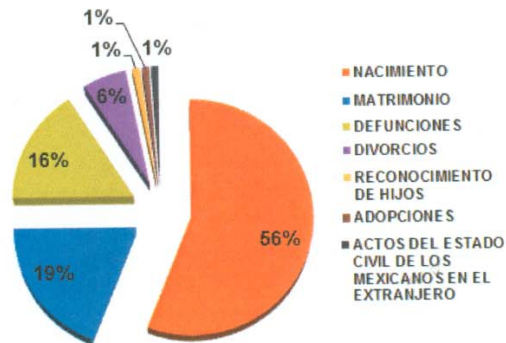
Gráfica 5: Servicio solicitado



Gráfica 5: Servicio solicitado

El servicio que más solicitan los ciudadanos en el Registro Civil del Estado de Sonora, con un 56% son expediciones, seguidas con las rectificaciones con un 24%, con un 16% inscripciones y por último con un 4% la CURP.

Gráfica 6: Servicio



Gráfica 6: Servicio

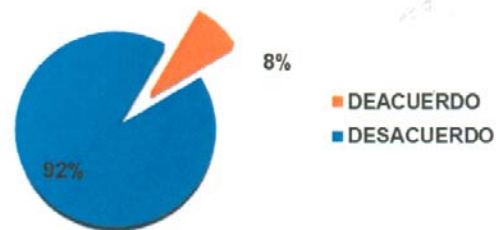
El servicio más solicitado en el Registro Civil del Estado de Sonora, ya sea por expedición, rectificación o inscripción; con un 75% es el de nacimientos, por expedición o rectificación un 19% de matrimonio, un 6% defunciones y con 0% cada una son: reconocimiento de hijos, actos del estado civil de los mexicanos en el extranjero, adopciones y divorcios.

Nos podemos dar cuenta que la mayoría de la gente solicita trámites referentes al nacimiento, ya sean de rectificación, inscripción o expedición, mientras hay servicios que no son tan solicitados como: reconocimiento de hijos, actos del estado civil de los mexicanos en el extranjero, adopciones y divorcios; ya que las encuestas dieron como resultado 0% de estos servicios.

3.3.3. Variable: Estrategias y medios de comunicación.

3.3.3.1 Señalética.

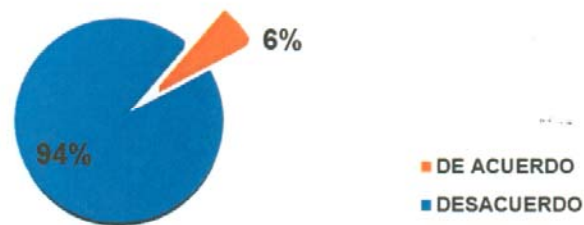
Gráfica 7: ¿Sabía que debía tomar turno?



Gráfica 7: ¿Sabía que debía tomar un turno?

El 92% de los usuarios no sabían que debían tomar un turno para realizar su trámite, mientras un 8% sí.

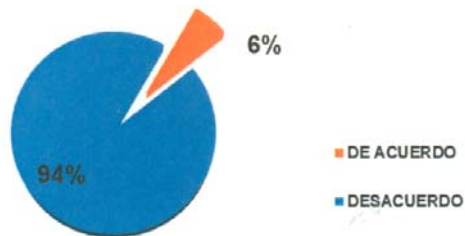
Gráfica 8: ¿Sabía que en el módulo de información dan los turnos?



Gráfica 8: ¿Sabía que en el módulo de información dan los turnos?

El 94% de los ciudadanos no sabían que en el módulo de información es donde se les asigna un turno para poder realizar el trámite mientras que el 6% sí lo sabía. Esto significa que el módulo correspondiente no está cumpliendo con su objetivo.

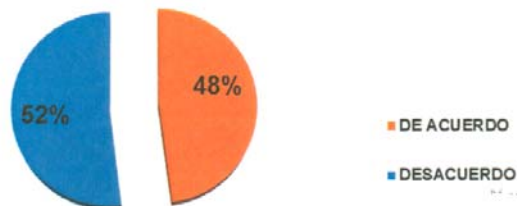
Gráfica 9: ¿Fue fácil ubicar el módulo de información?



Gráfica 9: ¿Fue fácil ubicar el módulo de información?

Para un 94% de los que acudieron a realizar un servicio al Registro Civil del Estado de Sonora no les fue fácil ubicar el módulo de información, mientras que a un 6% sí. Aquí se vuelve a demostrar la falta de claridad de los mensajes o la ausencia de los mismos para orientar a los usuarios.

Gráfica 13: ¿En ventanilla dice el trámite que puedo realizar?



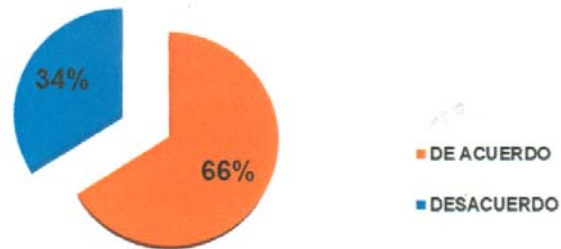
Gráfica 13: ¿En ventanilla dice el trámite que puedo realizar?

Un 52% de los encuestados, están en desacuerdo de que en ventanilla no cuenta con la información del trámite que se puede realizar, mientras un 48% si está de acuerdo.

La falta de información (52%), puede provocar una imagen negativa de la institución cuando es un asunto relativamente fácil de resolver.

3.3.3.2 Medios de Comunicación.

Gráfica 16. Veo la tv mientras espero

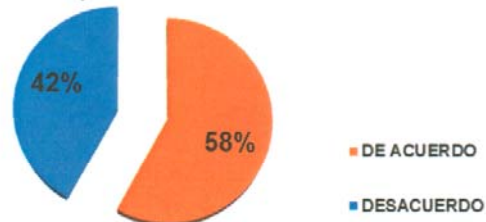


Gráfica 16: Veo la TV mientras espero

De los usuarios un 66% están de acuerdo en que ve la televisión mientras esperan, y un 34% no.

Como se muestra en esta grafica la mayoría de las personas en el Registro Civil del Estado de Sonora, ven la televisión mientras esperan su turno. En la cual pasan anuncios acerca de los servicios que la institución presta, sin embargo es un medio que podría alcanzar mayor porcentaje si sus temáticos fueran atractivos.

Gráfica 17. ¿La información que veo por la tv me es útil?



Gráfica 17: ¿La información que veo por la TV me es útil?

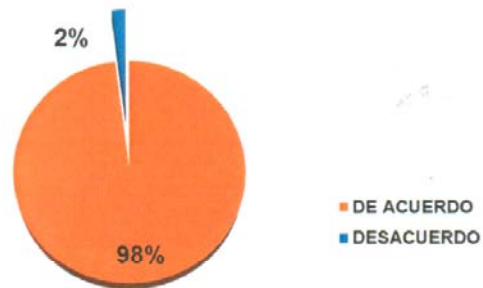
Un 58% de los encuestados en el Registro Civil del Estado de Sonora, están de acuerdo que la información que se les brinda en la televisión les es útil, mientras el 42% está en desacuerdo.

Un 58% de las personas piensan que les es útil la información que se les transmite por la televisión, ya que la información proporcionada puede estar relacionado con el trámite que van a realizar, mientras un 42% no piensa así. Esta es una gran oportunidad de aprovechar con mayor eficacia este medio.

3.3.4. Variable: Atención y satisfacción al cliente

3.3.4.1 Información proporcionada.

Gráfica 10. ¿Me informaron sobre los requisitos que necesito para mi trámite?

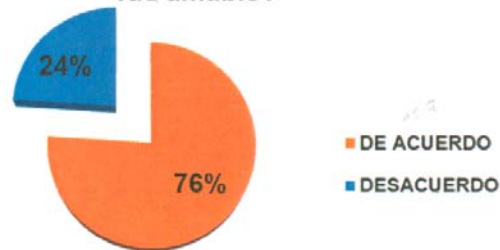


Gráfica 10: ¿Me informaron sobre los requisitos que necesito para mi trámite?

Un 98% de los solicitantes de algún servicio en el Registro Civil del Estado de Sonora, fue informado sobre los requisitos que necesitaba para realizar su trámite, mientras un 2% no fue informado, según los resultados de la encuesta

3.3.4.2 Trato

Gráfica 11. ¿La persona que me atendió en el módulo de información fue amable?

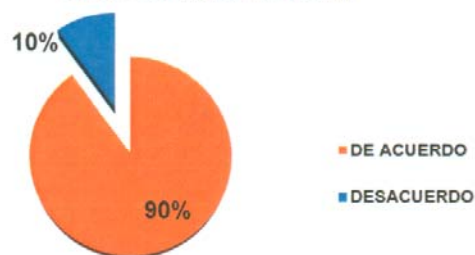


Gráfica 11: ¿La persona que me atendió en módulo de información fue amable?

Según el 76% de las personas que contestaron la encuesta están de acuerdo que la persona que los atendió en el módulo de información fue amable con ellos, mientras el 24% está en total desacuerdo.

La mayoría de las personas están conformes con el trato que recibió en el módulo de información. La satisfacción del usuario no es reflejado en la cuarta parte de los encuestados.

Gráfica 19. ¿La persona que me atendió en ventanilla fue amable?



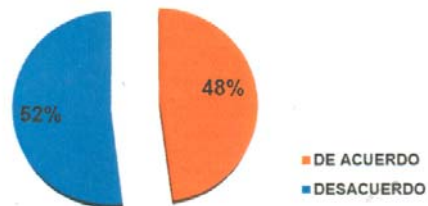
Gráfica 19: ¿La persona que me atendió en ventanilla fue amable?

Según los resultados de la encuesta, aplicada a los visitantes que tuvo el Registro Civil del Estado de Sonora, un 90% está en acuerdo que la persona que los atendió en ventanilla fue amable, mientras un 10% no lo está.

La mayoría de las personas, están satisfechas con la persona que atiende en ventanilla, ya que recibieron un trato amable.

3.3.4.3 Tiempo

Gráfica 12. ¿La persona que me atendió lo hizo con rapidez?

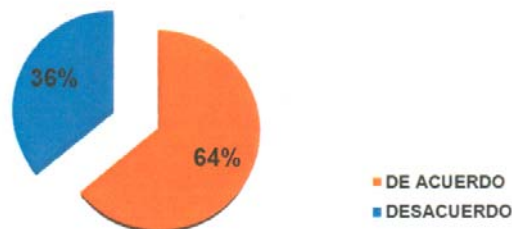


Gráfica 12: ¿La persona que me atendió lo hizo con rapidez?

El 52% de los solicitantes de algún trámite en el Registro Civil del Estado de Sonora, se encuentran en desacuerdo, que la persona que los atendió, lo haya hecho con rapidez; mientras el 48% de los solicitantes están de acuerdo que los atendieron con rapidez.

Más de la mitad de los usuarios no reconocen rapidez en el servicio, es un porcentaje alto que debe corregirse para cumplir con las expectativas.

Gráfica 18. ¿Fue poco el tiempo que esperé para pasar a ventanilla?



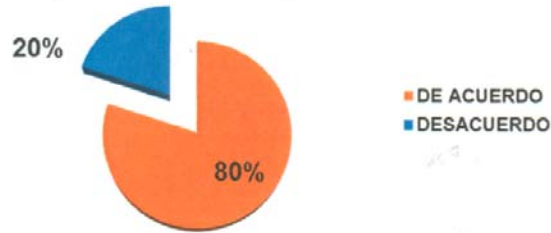
Gráfica 18: ¿Fue poco el tiempo que esperé para pasar a ventanilla?

Un 64% de las personas que acudieron al Registro civil del Estado de Sonora, está en acuerdo que fue poco el tiempo que esperó para pasar a ventanilla, mientras que un 36% está en desacuerdo.

La mayoría de las personas que realizaron su trámite no les pareció que duraron tanto esperando para pasar a ventanilla, sin embargo algunas personas contestaron que su duraron mucho, pero esto es también dependiendo del trámite o de que tanta gente esté esperando a realizar ese mismo trámite.

3.3.4.4 Servicio

Gráfica 21. ¿Vengo al servicio de ventanilla por que no sé utilizar el cajero automático?

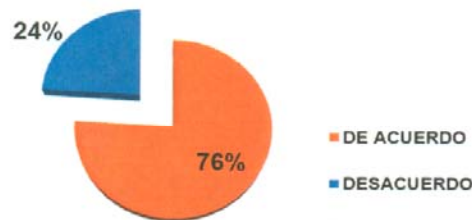


Gráfica 21: ¿Vengo al servicio de ventanilla por que no sé utilizar el cajero automático?

El 80% de las personas encuestadas, está de acuerdo que no saben utilizar el cajero, por eso asisten a ventanilla, y otro 20%, si sabe utilizarlo.

Por lo que nos podemos dar cuenta la mayoría de las personas no saben utilizar el cajero, y esto es lo que ocasiona que la mayoría de los usuarios solicitan los tramites en ventanilla, en este caso se podrían diseñar carteles con los pasos a seguir en el uso de los cajeros o dedicar a algún funcionario que este orientando junto al cajero al que solicite.

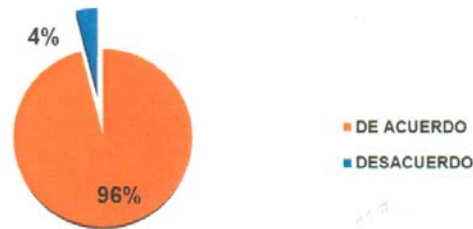
Gráfica 22. ¿El costo del servicio que solicité es barato?



Gráfica 22: ¿El costo del servicio que solicité es barato?

El 76% de los usuarios, que solicita alguno de los servicios que otorga el Registro Civil del Estado de Sonora está de acuerdo que el costo del servicio solicitado es barato, mientras un 24% está en desacuerdo. La mayoría están de acuerdo posiblemente porque trabajan y pueden cubrir el costo del servicio.

Gráfica 23. ¿Confío más en los documentos de ventanilla que los que da el cajero?

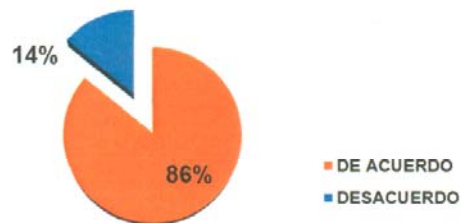


Gráfica 23: ¿Confío más en los documentos de ventanilla que los que da el cajero?

Un 96% de los encuestados, que visitaron para solicitar algún servicio al Registro Civil del Estado de Sonora, está de acuerdo, en que confía más en los documentos de ventanilla que los que brinda el cajero, mientras el 4% no lo está.

Con una gran mayoría de personas que respondieron que confían más en los documentos que brinda el cajero, y son pocas las que confían más en los de cajeros.

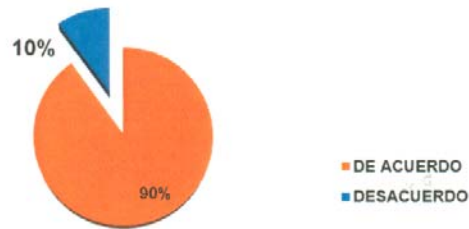
Gráfica 24. ¿El tiempo que espere para pagar el servicio fue rápido?



Gráfica 24: ¿El tiempo que esperé para pagar el servicio fue rápido?

La gráfica nos muestra que el 86% de los usuarios estuvo de acuerdo que el tiempo que esperó para pagar el servicio que solicitó en el Registro Civil del Estado de Sonora fue rápido, mientras el 14% estuvo en desacuerdo.

Gráfica 25. ¿El tiempo que esperé para que me entregaran el documento fue rápido?



Gráfica 25: ¿El tiempo que esperé para que me entregaran el documento fue rápido?

El 90% de los usuarios encuestados está de acuerdo con el tiempo que esperó para que le entregaran el documento, mientras que el otro 10% estuvo en desacuerdo.

El mayor porcentaje de la gráfica, según las encuestas a las personas que solicitaron algún servicio al Registro Civil del Estado de Sonora, está de acuerdo con que el tiempo que espero para que se les entregara su documento fue con rapidez.

3.3.5 Conclusiones

En el siguiente capítulo se presentan las principales conclusiones a las que se llegaron a partir de las interpretaciones de los resultados antes presentados. Para ello responderemos a los objetivos y preguntas de investigación que fueron nuestro punto de partida.

El objetivo general de la presente tesis fue realizar la evaluación de comunicación organizacional externa en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, a partir de la perspectiva de los usuarios, conforme a las variables de estrategias y medios de comunicación y, atención y satisfacción al cliente.

Para definir esto, se utilizaron diversos instrumentos para capturar los datos que se fueron recabando durante las visitas que se hacían a la Institución, desde bitácoras, entrevista y encuestas, para así responder las preguntas de investigación del presente estudio.

¿Cuáles son las estrategias de comunicación externas que se implementan en ventanilla y módulo de información de la institución?

Las estrategias de comunicación según Ferré y Ferré "La forma en que unos determinados objetivos de comunicación son traducidos en lenguaje inteligible para nuestro público receptor, para que los pueda asimilar debidamente" (1996: 11)

Las estrategias de comunicación que implementa la Dirección General del Registro Civil son: los acrílicos que están en ventanillas, un módulo de información y en este mismo se encuentra un expendedor de turno, igualmente constan de dos televisores que se encuentran en la sala de espera, sin dejar de mencionar la página de internet y el teléfono de la institución.

¿Son efectivas las estrategias y medios de comunicación externos utilizados por la institución?

Es importante destacar que la efectividad de las estrategias y medios de comunicación son una herramienta para favorecer los objetivos de la institución, razón por la cual debe estar alineada y así resulten efectivas y evitar procesos repetitivos y pérdida de tiempo.

Para determinar la efectividad de las estrategias y medios de comunicación utilizados en la institución, se implementaron varios procesos que consistieron en la captura de información a través de métodos cualitativos y cuantitativos.

Las respuestas en la variable estrategias y medios de comunicación, con 51% "de acuerdo" sobre el 49% "desacuerdo", como podemos analizar, nos muestra que la mayoría de los usuarios están de acuerdo o satisfechos con las estrategias de comunicación que se emplean en la Dirección, esto tocando temas como ubicación de módulo de información, ventanillas, TV, estas si contaban con la información clara y fácil de visualizar.

Por lo tanto, retomando lo que dice Cervera, "los medios son los diferentes canales de comunicación a través de los cuales pueden transmitirse los mensajes publicitarios, cada medio se compone de varios soportes" (1975:185)

Para lo cual la variable de medios y estrategias de comunicación la podríamos abordar y así hacer esta un área de oportunidad para la institución.

Respectivamente en los medios de comunicación que se encuentran en la sala de espera de la institución, que son dos televisores, los usuarios respondieron en una de nuestras gráficas con un 66% que si ven la televisión mientras espera, mientras que el otro 34% dijo que no, sobre la información que se expone en la televisión les preguntamos si se les hacía útil, con un 58% de acuerdo y un 42% en

desacuerdo. Las respuestas de los usuarios a las contestaciones de las encuestas, nos dieron oportunidad de crear la estrategia 3, la cual tiene por nombre "video Institucional" y en él poder ocupar la estrategia que son los televisores, establecida ya en la institución pero con un contenido más preciso y claro, y así los usuarios conozcan más sobre las oficinas, sus horarios y ubicaciones, costos y servicios que se proporcionan en cada una de ellas.

¿La señalética implementada facilita la ubicación de los servicios de la institución a los usuarios?

El objetivo de la señalética es facilitar a los usuarios el acceso a los servicios requeridos, informando de manera clara, precisa, concreta y lo más directa posible ya que el usuario necesita acceder rápidamente a ventanilla. Debemos recordar que la señalética debe ser concisa, dado que la sobreinformación puede confundir y enviar mensajes equivocados o difíciles de apreciar. Es por este motivo que hay que tener en cuenta sólo lo esencial en el sistema de señalética a aplicar.

La Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora emplea un lugar con un gran flujo de personas, esta requiere de un lenguaje universal entre los usuarios, predominantemente el visual y de rápida percepción debido a la inmediatez del mensaje.

En cuanto a las encuestas referentes a la señalética podemos exponer en la gráfica 7 que el 92% de los ciudadanos no sabían que debían tomar un turno para realizar su trámite, mientras un 8% sí. Ligado a esto se encuentra la gráfica 8 el cual expone que el 94% de los ciudadanos no sabían que en el módulo de información es donde se les asigna un turno para poder realizar el trámite mientras que el 6% sí lo sabía y en la gráfica 9 un 94% de los que acudieron a realizar un servicio al Registro Civil del Estado de Sonora no les fue fácil ubicar el módulo de información, mientras que a un 6% sí se les facilitó.

Estos resultados de encuestas aplicadas a los usuarios, constatamos que las estrategias implementadas no son efectivas ya que la mayoría de los usuarios al momento de contestar la encuesta mencionan que no es fácil ubicar el módulo de información y nosotros nos pudimos percatar de ello en la observación que se realizó, así mismo no todas las ventanillas tenían acrílico, y no se sabe que trámite se realiza en ella.

Por lo tanto, retomando lo que dice Costa, la "Señalética es una técnica de la comunicación visual, que se encarga del estudio de las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos ante ellos." (2007)

Consecuentemente la señalética que se implementa en la institución no facilita al usuario ubicar el módulo de información al entrar a la misma, asimismo no sabían que ahí se les proporciona un turno para pasar a ventanilla, y al momento de llegar su turno desconocían en cual ventanilla podían realizar su trámite.

Es por ello que creamos una estrategia que habla de este tema, como la reubicación del módulo de información o de personal para poder orientar a los usuarios, esta es la estrategia 1 que tiene por nombre "Reubicación del módulo de información o personal" y se encuentra en el apartado de "propuestas de mejoramiento y promoción Institucional"

¿Se cumple con la satisfacción de los usuarios sobre la atención y servicio que ofrece la institución?

La satisfacción al usuario implica la relación que ofrecen los servidores públicos al usuario al realizar su trámite desde que llega a la institución hasta que concluye y si este cumplió con sus expectativas.

"Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. Una vez que se han identificado estos factores, si alguno de los integrantes de la

organización es capaz de articularlos dándoles una forma sencilla, se estará construyendo algo duradero" (Andrew Brown, 1989). Los usuarios están satisfechos ante la atención que le ofrece el empleado durante el trámite.

Conforme a la variable Atención y Satisfacción al cliente el 80% están "de acuerdo" con el trato, el tiempo, costos, servicios y la información proporcionada, brindado por parte del personal del Registro civil, en específico la Dirección General, al realizar su trámite.

Por lo tanto podemos afirmar que las estrategias empleadas correctamente, esto es muy importante por ser una dependencia de gobierno y proporcionar un servicio público. Sin embargo no descartamos algunas áreas de oportunidad para explotar al máximo las actividades que ahí se realizan.

Conforme a esta variable de atención y satisfacción al cliente podemos decir que está empleada correctamente, en las gráficas se señala que los empleados o funcionarios de la Institución, brindan un excelente trato a sus usuarios, estos mismos indicaron que están satisfechos con el trato y el tiempo que se les brindó al momento de estar realizando su respectivo trámite, este dato está expuesto en las encuestas aplicadas.

Como mencionamos anteriormente, en cuanto a la atención que se les brindó por parte de la Institución a los usuarios en relación de la información, trato y tiempo, podemos señalar en la gráfica 10 con un 98% de los solicitantes de algún servicio en el Registro Civil, que fueron informados sobre los requisitos que necesitaba para realizar su trámite, mientras un 2% dijo estar en desacuerdo con la interrogante. Por otro lado, en la gráfica 11 el 76% de las personas que contestaron la encuesta están de acuerdo que la persona que los atendió en el módulo de información fue amable con ellos, mientras que el 24% está en total desacuerdo.

La mayoría de las personas están conformes con el trato que recibió en el módulo de información.

En cuanto al servicio, costo y tiempo que se presta en el Registro Civil, mencionaron en su gran mayoría que prefieren acudir al servicio de ventanilla en vez de acudir a un cajero automático, la respuesta es que no saben utilizar el cajero automático y confían más en los documentos que ventanilla proporciona.

Por lo cual se creó una propuesta, que lleva por nombre "promoción de cajeros automáticos" con la cual hace promoción como utilizar el cajero automático, los distintos servicios que estos ejercen y así hacer más ágil el trámite, esta estrategia se encuentra dentro del capítulo V de propuestas de mejoramiento y promoción institucional.

Respectivamente, el tiempo que los usuarios atribuyeron a realizar su trámite, estos contestaron en su mayoría que la persona que los atendió y el tiempo para pasar a una ventanilla fue con rapidez.

Capítulo IV Propuestas de mejoramiento y promoción institucional

En este capítulo se presentan las propuestas que se realizaron en base a los resultados obtenidos de las gráficas, los cuales fueron determinantes para realizarlas.

Las propuestas que se hicieron, están relacionadas con las estrategias y medios de comunicación, ya que esta variable fue la que resultó menos efectiva en las encuestas aplicadas a los usuarios que asisten a la Dirección General del Registro Civil.

Estrategia 1

- **Reubicación del módulo de información o personal**

La estrategia consiste en reubicar el módulo de información, ya que este se encuentra a un costado de la entrada de la Dirección General del Registro Civil, en el sitio donde está colocado, los usuarios no la notan fácilmente, por lo que sugerimos que sea reubicado frente a la puerta de entrada, para que sea lo primero que vean los usuarios y así les sea más fácil identificarlo.

Otra sugerencia es la de colocar personal en la entrada para recibir a los usuarios y atenderlos sobre cómo, cuándo y dónde hacer su trámite. Esto también apoyará para la atención al cliente.

Estrategia 2

- **Promoción de cajeros automáticos**

Este consiste en diseñar carteles y distribuirlos en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, como también en otras dependencias de gobierno. Su contenido tendrá ubicación, servicios que ofrece y los costos de los mismos.

Para esta propuesta sugerimos, se diseñe el cartel conforme a las normas que esta tiene y recibir aprobación de la Institución.

Estrategia 3

- **Video Institucional**

Nuestra estrategia es la producir un video, el cual contenga los servicios, ubicación de oficinas, horarios de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, así como también dar difusión a la página de internet.

Que el video sea transmitido en la sala de espera de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, como también en las oficinas gubernamentales, para que las personas mientras esperan para ser atendidos o tomar su turno, puedan conocer más sobre los servicios del Registro Civil del Estado de Sonora.

Para la estrategia 3 se diseñará un guion para el video, que muestre su contenido, los servicios, costos, ubicación de oficinas y de cajeros automáticos, horarios, y página de Internet.

Como podemos ver en las tres propuestas tienen que ver con las estrategias y medios de comunicación que la institución implementa, las cuales no están al 100% funcionando, por ello se analizó la situación y se desarrollaron estas tres propuestas, que comprometen a la señalética y

medios de comunicación, las cuales ayudará a que los usuarios sepan a donde se tienen que dirigir para realizar su trámite.

Conclusiones generales y agenda de investigación

Esta investigación fue realizada en la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, con el objetivo de realizar la evaluación de comunicación externa a partir de la perspectiva de los usuarios.

Las instituciones gubernamentales cuya administración está a cargo del gobierno en turno, tiene como finalidad brindar un servicio público que resulta necesario para la ciudadanía.

Las características de los organismos gubernamentales pueden ser muy variadas según su ámbito de acción y el país en el que se encuentran. Hay organismos orientados a cuestiones económicas, sanitarias, administrativas, etc., también son mecanismos de índole social y cooperativa, que procuran ordenar y normalizar el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser de cualquier dimensión, reducido o amplio, hasta coincidir con toda una sociedad).

Las instituciones trascienden las voluntades individuales, al identificarse con la imposición de un propósito considerado como un bien social, es decir, "normal" para ese grupo. Su mecanismo de funcionamiento varía ampliamente en cada caso, aunque se destaca la elaboración de numerosas reglas o normas que suelen ser poco flexibles y amoldables.

La investigación que se realizó en la institución fue de suma importancia, por ser de tipo gubernamental, ya que esta deberá tener una buena comunicación externa, pues recibe en ella todo tipo de personas en la cual se manejan estrategias de comunicación estandarizadas, así como también una buena atención al cliente.

Así mismo se identificaron las estrategias que la institución implementa en ventanilla y módulo de información, las cuales son: el

módulo de información, las dos televisiones, la página de internet, el teléfono, cajero automático y ventanillas.

Los objetivos eran saber cuál era la percepción que los usuarios tenían del servicio que la institución les presta y saber si estaban satisfechos con el trato que les brinda.

Las variables de estrategias y medios de comunicación, y atención y satisfacción al cliente fueron nuestros conceptos a investigar.

Después de hacer observaciones, para lograr el objetivo general, se diseñaron encuestas conforme a las variables anteriormente mencionadas, para los usuarios, las cuales se aplicaron cuando terminaban su trámite. Estas arrojaron resultados y de ahí se diseñaron algunas propuestas de mejoramiento y promoción para la institución.

Se plantearon tres estrategias las cuales fueron: reubicar el módulo de información o personal, promoción de cajeros automáticos y por último el diseño de un video institucional, cabe destacar que esta estrategia no fue posible realizarla, por falta de tiempo ya que teníamos el cierre del proyecto.

El propósito de la evaluación es el proceso para conocer sus propios rendimientos, especialmente sus logros y debilidades y así reorientar propuestas o bien enfocarse en aquellos resultados positivos para optimizarlos, es por ello que se recomienda la evaluación permanente para tener una comunicación organizacional externa efectiva, y así las instituciones puedan crear vínculos con el cliente o usuario, para que los mismos tengan una alta satisfacción sobre las condiciones de atención y servicio que ofrece.

Cuando realmente las organizaciones buscan evaluar su comunicación externa a través de sus usuarios, clientes o públicos; es porque desean cumplir con las expectativas y fortalecer su imagen pública, su calidad en el servicio y la satisfacción de quienes demandan algunos de sus productos o servicios.

Una organización que lo hace frecuentemente, en su evaluación siempre encontrará las estrategias más efectivas para "conectarse" con los usuarios y que ellos mismos propongan ideas que harán que la comunicación organizacional sea exitosa.

Fuentes consultadas

- Andrade, H. (2005). "Comunicación organizacional interna: procesos, disciplina y técnica". España: Netbiblo.
- Assifi (1991). "Guía para la planificación de la comunicación en apoyo a campañas de desarrollo rural".
- Báez, C. (2000). "La comunicación efectiva". Santo Domingo: Búho.
- Berlo, D. (1969). "El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y la práctica". Michigan: Ateneo.
<https://bibliopopulares.files.wordpress.com/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf>
- Berracoli. (1998). "La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional". 26 de noviembre de 2013, de Razón y Palabra Sitio web:
<http://www.razonypalabra.org.mx/n62/varia/earellano.html>
- Cervera, A. (1975). "Comunicación total". Madrid, España: ESIC.
- COOK, T.D. y REICHARDT, CH. (1982). "Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa". Madrid: Morata.
- Costa, Joan. (2007). "Diseñar para los ojos". Barcelona: Autor - Editor
<https://books.google.com.mx/books?id=aod9tjaeabcC&pg=PA101&dq=que+es+la+se%C3%B1aletica&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiS5ve227nNAhVkJ74MKHZzqCsoQ6AEIKTA#v=onepage&q=que%20es%20la%20se%C3%B1aletica&f=false>

- Del Campo y Gómez. (1999). "*Planeación estratégica y tecnologías de información para la pequeña y mediana empresa*". México, D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Ferré y Ferré (1996). "*Políticas y estrategias de comunicación y publicidad*". Madrid: Díaz de Santos.
- Kotler, P. (2006). "*Dirección de Marketing*". México: Pearson Education, Inc..
- Pardinás, F. (1969). "*Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*". Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Rebeil & Ruiz Sandoval. (1998). "*El poder de la comunicación en las organizaciones*". México: Plaza y Valdés.
- Rodríguez, A. (2007). "*Estrategias y Técnicas de comunicación*". Barcelona: UOC.
- Rodríguez, E. (2005). "*Metodología de la investigación*". México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Thompson. (2006). "*Tipos de medios de comunicación*". 26 de Noviembre de 2013, de promonegocios.net Sitio web: <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>

Anexos

Bitácoras de observación

Primera bitácora.

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SEMESTRE 2013-01

MODALIDAD PARA ESTUDIANTES (OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE Y PARTICIPANTE)
PARA ACTIVIDADES DIARIAS (EN CASO DE REQUERIR MAYOR ESPACIOS INICIAR OTRO REPORTE)

BITÁCORA DE VISITAS PARA REGISTRO Y OBSERVACIÓN EN EL ESPACIO DE PRÁCTICAS

Nombre (actividad):	Observación
Período de realización:	Primera semana de abril de 2013
Lugar de realización:	Sala de espera
Proyecto o Programa:	Registro de datos
Hora Entrada / Hora Salida:	10:00 a.m. a 12:00 p.m.
Fecha, (Día, Mes, Año):	02 de abril de 2013

Nombre de participantes: Ana Karen Ruelas Tanori y Jimena Gpe. López Méndez

Objetivos y Actividades (a desempeñar): Observación

Descripción de Procesos y/o Actividades:

- Lo primero que observamos al entrar a las instalaciones, es que hay muchas ventanillas, pero no todas están abiertas; entrando a mano derecha está un acrílico, el cual hace mención de los tramites; algunos si tienen anotado el costo, otro tenían el campo vacío, tal vez es porque cambio el costo y faltaba anotarlo(suponemos).
- En seguida de este acrílico anteriormente mencionado, se encuentra el módulo de información, en donde están 2 personas atendiendo y te dan el turno el cual lo obtienen de la máquina de toma turno.
- En la sala de espera están 2 televisores, una está apagada y en la otra pasan un video de algunas de las oficialías, ubicación y los horarios de las mismas.

Conclusiones de la bitácora del día 2 de abril de 2013

- No todas las ventanillas están disponibles.
- El acrílico que se encuentra a lado de la entrada, con información de trámites y sus costos, se encuentra incompleta.
- Hay un módulo de información dentro de la Dirección, está a un lado de la pared del acrílico, la atienden 2 personas y ahí mismo está un toma turno.
- Hay 2 televisores en la sala de espera.

Segunda bitácora.

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SEMESTRE 2013-01

MODALIDAD PARA ESTUDIANTES (OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE Y PARTICIPANTE)

PARA ACTIVIDADES DIARIAS (EN CASO DE REQUERIR MAYOR ESPACIOS INICIAR OTRO REPORTE)

BITÁCORA DE VISITAS PARA REGISTRO Y OBSERVACIÓN EN EL ESPACIO DE PRÁCTICAS

Nombre (actividad):	Observación
Período de realización:	Segunda semana de abril de 2013
Lugar de realización:	Sala de espera
Proyecto o Programa:	Registro de actividades
Hora Entrada / Hora Salida:	10:00 a.m. a 12:00 p.m.
Fecha, (Día, Mes, Año):	09 de abril de 2013

Nombre de participantes: Jimena Gpe. López Méndez y Ana Karen Ruelas Tanori

Objetivos y Actividades (a desempeñar): Observación

Descripción de Procesos y/o Actividades:

- Estuvimos en la sala de espera preguntando a las personas, por qué decidían venir hacer el trámite a ventanilla y no al cajero automático, a lo cual algunas de ellas contestaban que porque no sabían cómo usar el cajero, o porque confiaban más realizarlo en ventanillas que en el cajero, por si se equivocaban al moverle al cajero.
- Esta vez las 2 televisiones estaban apagadas.
- No todas las ventanillas estaban disponibles.
- En la ventanilla de pago había mucha fila (sería buena idea que existieran 2 filas).

Conclusiones de la bitácora del día 09 de abril de 2013

- Los televisores estuvieron apagadas.
- La ventanilla de pago había mucha fila.

Tercera bitácora.

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SEMESTRE 2013-01

MODALIDAD PARA ESTUDIANTES (OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE Y PARTICIPANTE)
PARA ACTIVIDADES DIARIAS (EN CASO DE REQUERIR MAYOR ESPACIOS INICIAR OTRO REPORTE)

BITÁCORA DE VISITAS PARA REGISTRO Y OBSERVACIÓN EN EL ESPACIO DE PRÁCTICAS

Nombre (actividad):	Observación
Período de realización:	Tercera semana de abril 2013
Lugar de realización:	Sala de espera
Proyecto o Programa:	Registro de actividades
Hora Entrada / Hora Salida:	10:00 a.m. a 12:00 p.m.
Fecha, (Día, Mes, Año):	16 de abril de 2013

Nombre de participantes: Ana Karen Ruelas Tanori y Jimena Gpe. López Méndez

Objetivos y Actividades (a desempeñar): observación

Descripción de Procesos y/o Actividades:

Llegamos a las instalaciones, nos presentamos con la Lic. Beatriz Rodríguez Leyva, la encargada del departamento de Innovación y Calidad y nos sentamos en las sillas de la entrada, como si estuviéramos esperando nuestro turno para algún trámite.

Algunas personas se quedaban paradas en la entrada volteando y la mayoría preguntaban a personas que estaban esperando turno para realizar su trámite, las cuales los dirigían al módulo de información, y otras personas solas daban con el modulo porque se iban caminando y se lo topaban.

Como es viernes, suponemos no hay tantas personas.

En la entrada hay una mesa con agua purificada y vasitos de papel, pero lo que no hay es bote de basura y tampoco personal de limpieza, y las personas tiran el vasito en el suelo.

Están los dos televisores apagados.

Conclusiones de la bitácora del día 16 de abril de 2013

-A las personas se les dificulta encontrar a simple vista el módulo de información.

-Existen cortesías por parte de la Dirección hacia sus usuarios mientras esperan a ser atendidos, como un garrafón de agua, pero en esa área no había un bote de basura (todo el tiempo que estuvimos ahí) y las personas la tiraban al piso.

-Los televisores estuvieron apagados.

Cuarta bitácora.

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SEMESTRE 2013-01

MODALIDAD PARA ESTUDIANTES (OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE Y PARTICIPANTE)
PARA ACTIVIDADES DIARIAS (EN CASO DE REQUERIR MAYOR ESPACIOS INICIAR OTRO REPORTE)

BITÁCORA DE VISITAS PARA REGISTRO Y OBSERVACIÓN EN EL ESPACIO DE PRÁCTICAS

Nombre (actividad):	Observación
Período de realización:	Penúltima semana de abril de 2013
Lugar de realización:	Sala de espera
Proyecto o Programa:	Registro de datos
Hora Entrada / Hora Salida:	10:30 a.m. a 12:00 p.m.
Fecha, (Día, Mes, Año):	23 de abril de 2013

Nombre de participantes: Karen Ruelas Tanori y Jimena Gpe. López Méndez

Objetivos y Actividades (a desempeñar): Observación

Descripción de Procesos y/o Actividades:

Llegamos a la sala de espera y nos sentamos como si fuéramos a realizar algún trámite, las personas siguen sin ver el módulo de información, aunque está a lado derecho de la entrada, creemos que debería estar enfrente de la entrada, así sería más fácil ubicarlo.

Frente a la entrada esta un módulo del IFE, por el momento no hay personal que este prestando el servicio, porque es por periodos, pero el módulo siempre está ahí.

Las personas que esperan su turno, ven los 2 televisores que están ahí, esta vez estaba prendida 1 encendida, en la cual están pasando videos acerca de algunas oficialías, ubicación y sus horarios.

-Las personas no identifican el módulo de información.

-Se agendó cita con Beatriz para hacerle la Entrevista.

Quinta bitácora.

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SEMESTRE 2013-01

MODALIDAD PARA ESTUDIANTES (OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE Y PARTICIPANTE)
PARA ACTIVIDADES DIARIAS (EN CASO DE REQUERIR MAYOR ESPACIOS INICIAR OTRO REPORTE)

BITÁCORA DE VISITAS PARA REGISTRO Y OBSERVACIÓN EN EL ESPACIO DE PRÁCTICAS

Nombre (actividad):	Observación
Período de realización:	Última semana de abril
Lugar de realización:	Sala de espera
Proyecto o Programa:	Registro de actividades
Hora Entrada / Hora Salida:	10:00 a.m. a 11:00 p.m.
Fecha, (Día, Mes, Año):	27 de abril de 2013

Nombre de participantes: Jimena Gpe. López Méndez y Ana Karen Ruelas Tanori.

Objetivos y Actividades (a desempeñar): observación

Descripción de Procesos y/o Actividades:

Llegamos a las 09:30 de la mañana, ya que a las 10:00 tenemos la entrevista con la encargada del departamento de Innovación y Calidad de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora, la Lic. Beatriz Rodríguez Leyva.

Pasamos con la secretaria de la Lic. Beatriz Rodríguez Leyva, le comentamos que tenemos cita con la Lic. Rodríguez para una entrevista sobre cuestiones para nuestro trabajo de diagnóstico, nos esperamos un momento antes de pasar a su oficina para proceder con dicha entrevista.

Terminamos con la entrevista y nos retiramos para capturar las respuestas.

Conclusiones de la bitácora del día 27 de abril de 2013

-Se entrevistó a la Licenciada Beatriz Rodríguez, las preguntas fueron relacionadas con nuestras variables y los datos que obtuvimos en las visitas.

Entrevista sujeto clave

Guía de entrevista:

Entrevista a: **Lic. Guadalupe Rodríguez Leyva**, Responsable del Departamento de Innovación y Calidad de la Dirección General de Registro Civil del Estado de Sonora.

Lugar: Departamento de Innovación y Calidad

Fecha: 27 de abril de 2013

Hora: 10:00 a.m.

1. ¿Cómo les informan a los usuarios sobre los requisitos que debe cumplir para solicitar uno de sus servicios?
2. ¿Qué servicio se solicita con mayor frecuencia?
3. ¿Dónde se expide más, en ventanilla o cajero?
4. ¿Cómo invitan a los usuarios a utilizar el cajero?
5. ¿Hay servicios gratuitos?
6. Las personas que atienden ¿reciben capacitación para la atención a usuarios?
7. ¿Los usuarios emiten su opinión en el buzón de sugerencias?
8. ¿Cada cuánto tiempo revisan el buzón de sugerencias?
9. ¿Han servido las opiniones para mejorar el servicio?
10. ¿Cada cuánto tiempo se actualiza la información que proyectan en la televisión?
11. ¿Quién la produce?
12. Por los servicios que ustedes prestan ¿cuál es el tiempo estimado para atender al usuario, desde que toma turno hasta la entrega del documento solicitado?

Transcripción de la entrevista.

Entrevista a: **Lic. Guadalupe Rodríguez Leyva.**

Encargada del Departamento de Innovación y Calidad de la Dirección General de Registro Civil del Estado de Sonora.

Lugar: Departamento de Innovación y Calidad

Fecha: 27 de abril de 2013

Hora: 10:00 a.m.

1. ¿Cómo les informan a los usuarios sobre los requisitos que debe cumplir para solicitar uno de sus servicios?

"El usuario llega al módulo de información, donde se le asesora sobre el trámite que va a requerir, y se les da tanto físicamente como se le explica los requisitos que tiene que traer para hacer el trámite".

(Nos mostró un papel con los requisitos que se necesita para certificación de actas.)

¿En todos son iguales? "No, son diferentes depende del trámite que se necesita".

2. ¿Qué servicio se solicita con mayor frecuencia? "Expedición de actas y certificación administrativa de actas".

¿En qué consiste cada una de ellas? "Una expedición de actas es cuando tu llegas a ventanilla y estas solicitando una copia de tu acta de nacimiento, matrimonio, divorcio, defunción, etc., se va al archivo se saca una copia fiel en un formato especial y se te entrega y la rectificación es cuando tu acta trae algún error, por ejemplo que omiten algún apellido u omiten tu lugar de nacimiento y se tiene que hacer una notación marginal para la complementación del acta, que es la rectificación de acta siempre y cuando se desprenda del cuerpo del acta, cuando no se desprende lo que tú quieres complementar no procede administrativamente, que es lo que hacemos nosotros y se tiene que ir a juicio, entonces por ejemplo si tu vienes y me dices es que aquí me pusieron María Eugenia y yo me llamo nada más Eugenia, quiero quitarme María, no procede porque estamos hablando de dos identidades distintas, entonces ahí nosotros no podemos hacer nada, te enviamos a secretaría de oficio donde tienes que llevar un juicio, con esa resolución del juicio acudes a registro civil para que ya bajo una resolución y un dictamen de un juez se te hace el cambio siempre y cuando se lleve el proceso, estos son los dos tramites que más se solicitan, y cuando llegas al módulo de información se informa si procede o no, ahí se checa cuando tu llegas con la documentación, que tengas todos los papeles que se requieren, es un filtro que viene desde el modulo,

no se pasa a las personas a ventanilla, porque serian tiempos más largos, si así".

3. ¿Dónde se expide más, en ventanilla o cajero? "En cajero, aquí hay dos cajeros, otro que esta por santa fe y en el CUM, en plaza cinema sonora".

¿Y son los mismos servicios en los cajeros que en ventanilla? "De expedición si".

4. ¿Hay servicios gratuitos? "Todos los servicios que tenemos pueden ser gratuitos, siempre y cuando traigan un oficio, ya sea de alguna dependencia que los está girando para acá o de atención ciudadana. Hay certificaciones administrativas gratuitas, hay expediciones de actas gratuitas, hay certificados de inexistencias gratuitos, hay búsquedas especiales gratuitas, siempre y cuando nos avale que alguien los está solicitando o ya sea que la persona sea de escasos recursos, se le pasa al departamento de gestión social, para que la analice y le entregue el documento que está solicitando".

¿En cajero también es gratis? "No en cajero no puede ser gratis".

5. ¿Cómo invitan a los usuarios a utilizar el cajero? "Por medio de información visual, por medio dela página, muchas veces cuando nos llaman por teléfono para pedir información si está en el sistema el cata, se le invita a que acudo a los cajeros para que sea más rápido".

6. Las personas que atienden ¿reciben capacitación para la atención a usuarios? "Si se recibe capacitación por medio del servicio de capacitación SECAP, cada año salen diversos cursos que se catalogan para quienes atienden al usuario, que es un poco difícil enviarlos, porque si aquí falta una persona imagínate no, si es un poco difícil, pero se trata de que si asistan".

¿Ese curso nada más es para los que están en ventanilla y módulo de información? "No, hay cursos para todos, dependiendo del área, los canalizan, hay cursos hasta de computación para las personas un poco mayores que no lo manejan muy bien".

7. ¿Los usuarios emiten su opinión en el buzón de sugerencias? "Si".

8. ¿Cada cuánto tiempo revisan el buzón de sugerencias? "Cada lunes, no es de nosotros el buzón, le pertenece a contraloría, viene un encargado de contraloría cada lunes viene y saca las quejas que estén, vienen y nos traen un reporte de cuantas quejas sacaron, a mí me las dan físicamente y firmo de enterado y ya las catalogan como reconocimiento, sugerencias o quejas, y nos las envían por medio de un papel. Cuando es una sugerencia tratamos de mejorar en lo que nos está sugiriendo siempre y cuando esté a nuestro alcance, porque nos han pedido un baño afuera, cuando está afuera un baño, pidieron agua y ya se les puso el agua, nos piden más bancas, pero ya no podemos poner más bancas por el espacio, también nos han pedido que por la parte de afuera pongamos bancas pero ya no pertenece a nosotros sino a la administración del centro de gobierno, entonces como te digo, hacemos lo que está a nuestro alcance, y si se le da un seguimiento, cuando es queja también se atiende y se checa todo".

9. ¿Han servido las opiniones para mejorar el servicio? "Sí".

10. ¿Cada cuánto tiempo se actualiza la información que proyectan en la televisión? "Cada que requiera".

11. ¿Quién la produce? "Una empresa".

12. Por los servicios que ustedes prestan, ¿Cuál es el tiempo estimado para atender al usuario, desde que toma turno hasta la entrega del documento solicitado? "Por ejemplo en expedición de actas si está en el sistema son 15 minutos, si no está en el sistema puede ser hasta una hora".

¿Y en caso de que no esté en el sistema y la manden a búsqueda, ahí se tienen que quedar en espera? "Sí se queda ahí, ya el decide si se va y vuelva mañana, o si realmente le urge mucho si se espera. La rectificación queda el mismo día, aproximadamente 30 o 40 minutos, en CURP es muy rápido, 5 minutos lo mucho que pueden esperar. Como te digo en cada trámite varía el tiempo".

¿Cuándo se manda a buscar el acta, se pasa a otra persona? "Sí, y ya cuando la encuentran vocean a la persona para entregarle el documento".

¿Para solicitar CURP también se necesita tomar turno? "No, C.U.R.P. es directo, tenemos 3 ventanillas de C.U.R.P. y pasas directamente".

Encuesta a usuarios

La encuesta que se presentara a continuación es con fines estudiantiles para conocer la percepción que tiene el usuario de la Dirección General de Registro Civil del Estado de Sonora respecto a la satisfacción y atención al usuario que se ofrece en la institución.

I. Datos generales

a) Edad: 18-35 años () 36-59 años () 60- más ()

b) Sexo: F () M ()

c) Escolaridad Sin escolaridad () Preescolar () Primaria () Secundaria () Preparatoria () Universidad

d) Ocupación:

1) Estudiante _____ 2) Empleado (a) _____ 3) Ama de casa _____ 4) Ni trabaja, ni estudia _____

II Servicio solicitado

1. Inscripción		
2. Expedición		
3. Rectificación		

1. Matrimonios	
2. Nacimientos	
3. Reconocimientos de hijos	
4. Defunciones	
5. Actos del Estado civil de los mexicanos en el extranjero	
6. Adopciones	
7. Divorcios	

	De acuerdo	En desacuerdo
1.- Sabía que debía tomar un turno		
2.- Sabía que en el módulo de información dan los turnos		
3.- Fue fácil ubicar el módulo de información		
4.- Me informaron sobre los requisitos que necesito para realizar mi trámite		
5.- La persona que me atendió en el módulo de información fue amable		
6.- La persona que me atendió lo hizo con rapidez		
7.- En ventanilla dice el trámite que puedo realizar		
8.- La información que está en ventanilla es clara		
9.- Sé en cuál ventanilla debo hacer el trámite		
10.- Veo la televisión mientras espero		
11.- La información que veo por la televisión me es útil		
12.- Fue poco el tiempo que espere para pasar a ventanilla		
13.- La persona que me atendió en ventanilla fue amable		
14.- La persona que me atendió en ventanilla lo hizo con rapidez		
16.- Vengo al servicio de ventanilla por que no se utilizar el cajero automático		
17. El costo del servicio que solicité es barato		
18. Confío más en los documentos de ventanilla que los que da el cajero		
19.- El tiempo que espere para pagar el servicio fue rápido		
20.- El tiempo que espere para que me entregaran el documento fue rápido		

Imágenes de la atención y servicios



Aspecto de la sala de espera de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora.





Cajero automático (se encuentra afuera de la Dirección General del Registro Civil del Estado de Sonora).

DE HACIENDA DEL ESTADO DE SONORA	
ARTICULO 209 LOS SERVICIOS QUE SE PRESENTEN POR LAS OFICIAJAS DEL REGISTRO CIVIL CAUSARAN LOS SIGUIENTES DERECHOS	
1. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	1. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
2. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	2. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
3. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	3. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
4. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	4. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
5. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	5. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
6. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	6. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
7. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	7. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
8. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	8. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
9. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	9. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
10. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	10. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
11. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	11. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
12. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	12. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
13. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	13. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
14. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	14. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
15. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	15. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
16. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	16. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
17. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	17. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
18. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	18. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
19. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	19. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL
20. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL	20. POR LA EMISION DE ACTOS DE REGISTRO CIVIL

Acrílico con servicios y sus respectivos costos (estos son todos los servicios que se ofrecen el Registro Civil del Estado de Sonora, pero están distribuidos en las diferentes oficialías).