

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**



**“Propuesta de comunicación externa para el
Centro de Atención al Usuario (CAU),
del Ministerio de Finanzas Públicas”**

Trabajo de tesis presentado por:
Etelvina de María Palma Palma

Previo a obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor de tesis:
Lic. Hugo Rolando Castro Guzmán

Guatemala, septiembre de 2013

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Director

Lic. Julio Sebastián

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representantes Egresados

Lic. Michael González Bártres

Representantes Estudiantiles

Pub. José Jonathan Girón

Pub. Aníbal de León

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Tribunal Examinador

Lic. Hugo Castro (Presidente)

M.A. Marco Julio Ochoa (Revisor)

M.A. Juan Alberto González (Revisor)

Lic. Julio Sebastián (Examinador)

Lic. Ismael Avendaño (Examinador)

M.A. Jairo Alarcón, (Suplente)



**Autorización Informe Final de Tesis por Terna Revisora
Guatemala, 12 de Agosto de 2013**

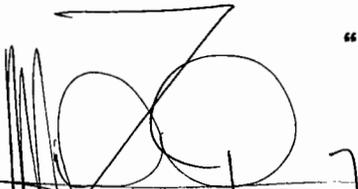
M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora,
Comisión de Tesis,
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio de Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

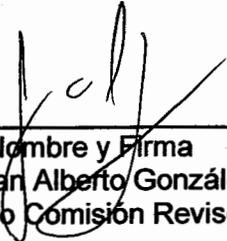
Distinguida M.A. Mérida:

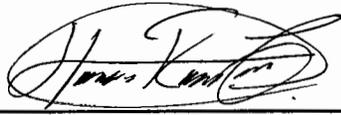
Atentamente informamos a usted, que el (la) estudiante **Etelvina de María Palma Palma**, Carné **9410963** ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es **“Propuesta de Comunicación Externa para el Centro de Atención al Usuario – CAU- del Ministerio de Finanzas Públicas”**.

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar en el trámite correspondiente.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Nombre y Firma
MA. Marco Julio Ochoa España
Miembro Comisión Revisora


Nombre y Firma
MA. Juan Alberto González
Miembro Comisión Revisora


Nombre y Firma
Lic. Hugo R. Castro Guzmán
Presidente Comisión Revisora



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 17 de julio de 2013
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 49-2013

Estudiante

Etelvina de María Palma Palma

Carné **9410963**

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Palma**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO -CAU- DEL MINISTERIO DE FINANZAS PÚBLICAS.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Hugo Castro, presidente(a).
M.A. Marco Julio Ochoa, revisor(a)
M.A. Juan Alberto González, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.
Larissa
Archivo.
AM/JESCH/Eunice S.



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

163-13

Guatemala, 13 de mayo de 2013
Dictamen aprobación 29-13
Comisión de Tesis

Estudiante
Etelvina de María Palma Palma
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Palma**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.2 del punto 1 del acta 06-2013 de sesión celebrada el 13 de mayo de 2013 que literalmente dice:

1.2 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (a la) estudiante *Etelvina de María Palma Palma*, carné 9410963, el proyecto de tesis: *PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO - CAU- DEL MINISTERIO DE FINANZAS PÚBLICAS*. B) Nombrar como asesor(a) a: *Licenciado Hugo Castro*.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 20 de agosto de 2013
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 56-2013

Estudiante
Etelvina de María Palma Palma
Carné **9410963**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Palma**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO -CAU- DEL MINISTERIO DE FINANZAS PÚBLICAS, siendo ellos:

Lic. Hugo Castro, presidente(a)
M.A. Marco Julio Ochoa, revisor(a).
M.A. Juan Alberto González, revisor(a)
Lic. Julio Sebastián, examinador(a).
Lic. Ismael Avendaño, examinador(a).
M.A. Jairo Alarcón, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

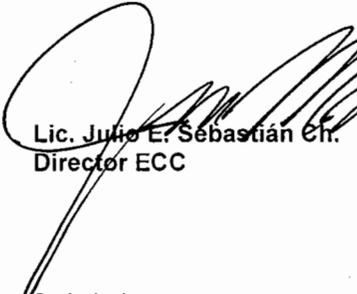
Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS




M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC



Copia: Larissa
Archivo
JESCH/AM/IEunice S.



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 20 de septiembre de 2013
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 46-2013

Estudiante
Etelvina de María Palma Palma
Carné **9410963**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Palma:**

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO (CAU), DEL MINISTERIO DE FINANZAS PÚBLICAS, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados dos ejemplares impresos y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



M.A. Aracelly Mérida
M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis

Lic. Julio E. Sebastián Ch
Lic. Julio E. Sebastián Ch
Director ECC

Copia: archivo
AM/JESCH/Eunice S.

“Para efectos legales la autora es la única responsable del contenido de este trabajo”.

AGRADECIMIENTO

A DIOS TODO PODEROSO

Con amor y respeto, gracias por iluminarme y no olvidarme en mi camino.

A MIS PADRES

Carlos Vicente Palma y Herlinda Palma de Palma, gracias por su apoyo y motivación para que pudiera culminar mi carrera.

A MIS HERMANOS

Carlos Alberto (q.e.p.d.), Lucy, Álbín, Manuel, gracias por su cariño.

A MI ESPOSO

Julio Gutiérrez, gracias por estar conmigo y brindarme tu amor y cariño en esta etapa de mi vida.

A MIS HIJOS

Katty y Christian, gracias mis amores, por su amor y comprensión al sacrificarlos y no dedicarles el tiempo que se merecen, espero ser un ejemplo para ustedes y sepan que en la vida debemos crearnos metas y llegar a culminarlas, los amo.

A MIS SOBRINOS

Danito, Carlita, Titi, Meli, los quiero mucho.

A MIS ASESORES

Mi agradecimiento por su ayuda en la culminación de mi meta.

A MIS AMIGOS

Por su amistad y apoyo brindado durante esta etapa de mi vida.

Índice

Contenido	Pág.
Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
Marco conceptual	1
1.1 Título del tema	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	3
1.4 Planteamiento del problema	3
1.5 Delimitación del tema	4
1.5.1 Objeto de estudio	4
1.5.2 Limitación geográfica	4
1.5.3 Limitación temporal	4
1.5.4 Limitación poblacional	4
1.5.5 Límites de la investigación	4
Capítulo 2	
Marco teórico	5
2.1 Generalidades del Centro de Atención al Usuario (CAU)	5
2.1.1 Identificación del Centro de Atención al Usuario (CAU)	6
2.1.2 Visión	6
2.1.3 Misión	6
2.1.4 Valores	6
2.1.5 Objetivos de calidad	7
2.1.6 Personal del CAU	8
2.1.7 Horario	8

2.2	Estructura de la organización	8
2.3	Matriz de actividades	12
2.4	Organigrama	13
2.5	Definición de comunicación	14
2.6	Elementos de la comunicación	15
2.6.1	Emisor	15
2.6.2	Receptor	15
2.6.3	Mensaje	15
2.6.4	Código	16
2.6.5	Canal	16
2.6.6	Retroalimentación	16
2.7	Tipos de comunicación	16
2.7.1	Comunicación interna	16
2.7.2	Comunicación externa	17
2.7.2.1	Comunicación externa verbal	17
2.7.2.2	Comunicación externa escrita	18
2.7.3	Formas de comunicación externa	18
2.7.4	Funciones de la comunicación externa	18
2.8	Servicios	18
2.9	Características de los servicios	19
2.10	Tipos de servicios	20
2.10.1	Servicios públicos	20
2.10.2	Servicios privados	21
2.11	Servicios de atención al cliente	22
2.12	Principios del servicio de atención al cliente	22
2.13	Relaciones públicas	24
Capítulo 3		
Marco metodológico		25
3.1	Método	25
3.2	Tipo de investigación	25

3.3	Objetivo general	26
3.4	Objetivos específicos	26
3.5	Población / universo	26
3.6	Muestra	27
	3.6.1 Aplicación de la fórmula	27
3.7	Técnica	28
3.8	Instrumentos	28
3.9	Procedimientos	28
Capítulo 4		
Análisis de resultados		29
4.1	Análisis estadístico	29
4.2	Propuestas para mejorar el problema comunicacional en el CAU	40
	Conclusiones	42
	Recomendaciones	43
	Referencias bibliográficas	44
	Referencias electrónicas	48
	Anexos	

Resumen

- Título:** “Propuesta de comunicación externa para el Centro de Atención al Usuario (CAU) del Ministerio de Finanzas Públicas”.
- Autor:** Etelvina de María Palma Palma.
- Universidad:** San Carlos de Guatemala.
- Escuela:** Ciencias de la Comunicación.
- Problema de investigación:** ¿Cómo se define la comunicación externa en el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas?
- Metodología**
- Tipo de investigación:** Investigación de campo, cuantitativa.
- Objetivo general:** Determinar si en el CAU existen políticas administrativas para la selección del personal que cumpla con el perfil para su desempeño en atención al usuario.
- Procedimiento para**
- Obtener datos e información:** El procedimiento que se realizó para obtener la información se basa en la documentación bibliográfica extraída de la Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, páginas de Internet, datos fundamentados en encuestas realizadas a los usuarios, así como en opiniones proporcionadas por personal dentro de la misma institución.

Resultados obtenidos y conclusiones:

De acuerdo con los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas a personas que hacen uso del servicio en el CAU, se determinó que no cuentan con políticas administrativas adecuadas para la selección de personal apto para el desempeño en el trabajo de servicio al cliente, pues algunos trabajadores no tratan con amabilidad al usuario y otros no cuentan con conocimiento apropiado para dar trámite a la solicitud del interesado.

Motivo por el cual, esta investigación aporta algunas propuestas de comunicación externa que permitirán mejorar el CAU.

Instrumentos utilizados:

Para sustentar la presente investigación fueron utilizadas las fichas bibliográficas y un cuestionario de preguntas cerradas, con la finalidad de ampliar el tema de investigación.

Introducción

El ser humano tiene la necesidad de comunicarse para fortalecer sus conocimientos y satisfacer sus necesidades. El éxito de una empresa depende, en gran medida, de la forma en la que sus empleados asuman la comunicación, es decir que esta (la comunicación) es indispensable para lograr el buen funcionamiento, crecimiento y desarrollo de la organización.

La comunicación se define como el intercambio de ideas, sentimientos emociones entre un emisor y un receptor. Es dar y recibir información, pero si el receptor no posee la habilidad de escuchar, leer y pensar, no estará capacitado para recibir y comprender los mensajes que la fuente le transmite. En tal sentido, es también importante que el receptor, en su status de conducta, no afecte la recepción e interpretación de los mensajes que recibe del emisor.

Debido a lo anterior, en este trabajo se presenta una propuesta de comunicación externa cuya finalidad es mejorar el papel que desempeña el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas en lo que a selección de personal idóneo se refiere, para que el servicio que se brinda al usuario sea de calidad.

El tema se presenta en cuatro marcos de acuerdo con la normativa vigente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. En el marco conceptual se describe todo lo relacionado con la investigación: título, antecedentes, planteamiento y delimitación del tema. Mientras que en el marco teórico se anotan las generalidades del lugar donde se realizó el estudio, así como los términos que fundamentan la investigación. En el marco metodológico se presenta la forma cómo se desarrolló el trabajo de tesis. En el último marco se agrega el análisis de resultados y al final aparecen las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Capítulo I

Marco conceptual

1.1 Título del tema

Propuesta de comunicación externa para el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas.

1.2 Antecedentes

Cuando se refiere al tema de investigación, la comunicación se define como el proceso de mediación que comporta diferentes grupos sociales donde se transmite una información desde un emisor, que es capaz de codificarla, hasta un receptor que la decodifica para así hablar acerca de sus intereses y necesidades para llegar al consenso y luego a la acción.

Su finalidad es lograr un cambio de conducta en el individuo para obtener mejor calidad de servicio utilizando las herramientas adecuadas, ya que es un proceso social que se basa en el diálogo.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, existen algunas tesis que se relacionan con el tema de investigación, por lo que se consideran como base para fundamentarlo.

María Verónica Toj Pérez (2008) en su tesis “Diagnóstico de la comunicación interpersonal en el Departamento de Ventas en una empresa privada en la ciudad capital de Guatemala”, señala que la comunicación es indispensable para lograr la coordinación de esfuerzos con el fin de alcanzar los objetivos perseguidos.

Toj Pérez también indica que entender la comunicación como oportunidad de encuentro, plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, porque es ahí donde tiene su razón de ser, ya que es por medio de ella como las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

Además, agrega que la comunicación es el intercambio de ideas, sentimientos, emociones entre un comunicador y un receptor. Es un acto de dar y recibir información.

Si el receptor no posee la habilidad de escuchar, leer y pensar no estará capacitado para recibir y comprender los mensajes que la fuente ha transmitido. La cultura y situación en el sistema social del receptor, su status y su conducta afecta la recepción e interpretación de los mensajes.

Asimismo, Royson Eclicerio Hernández Morales (2009) en su trabajo titulado “La comunicación organizacional interna en una empresa de servicios aduaneros en la ciudad de Guatemala” da a conocer que una institución es el lugar donde el personal interrelaciona con el fin de prestar un servicio (fuerza de trabajo) a cambio del cual recibe una remuneración económica.

Mientras que Nancy Claribel Morán Ramírez (2003) en su tesis “Diagnóstico de la comunicación organizacional en Corporación Reforma” considera que la comunicación es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier entidad hacia sus diferentes públicos externos (clientes, grupo objetivo), encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios, concluyendo con que la comunicación es todo tipo de información que se transmite hacia el público externo por medio del diálogo, cara a cara o por la vía telefónica.

1.3 Justificación

La comunicación es muy importante para el desarrollo y desenvolvimiento de cualquier organización, debido a ello desempeña un papel relevante en el éxito de una estrategia de servicio, pues debe ajustarse a la magnitud del servicio que se presta.

Brindar un buen servicio no es suficiente si el cliente o usuario no lo percibe. Por lo mismo, es necesario tener en cuenta aspectos que conllevan a la buena atención hacia el público, contar con personal capacitado para prestar el servicio de atención personalizada. Entre esos aspectos se mencionan: la cortesía, atención, rapidez, confiabilidad y la simpatía, ya que en el momento de la comunicación no solo se emite un mensaje sino también se recibe una respuesta mediante palabras, gestos, pensamientos y sentimientos.

La finalidad de esta investigación fue comprobar si en el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas, se utilizan políticas administrativas adecuadas para la selección del personal idóneo. Tema de interés para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación para que pongan en práctica el manejo apropiado de los procesos comunicacionales enfocados hacia instituciones tanto públicas como privadas cuya función sea velar por la calidad de servicios que se le brindan al usuario.

1.4 Planteamiento del problema

Con el propósito de innovar las gestiones de información relacionadas con el servicio de ingresos, registros, revisión de documentos y facilitar al usuario las gestiones que debe realizar, en el Ministerio de Finanzas Públicas existe un Centro de Atención al Usuario. No obstante, de acuerdo con los interesados, no cumple con las expectativas, ya que la atención no es oportuna ni adecuada.

Por lo tanto, se planteó la interrogante: ¿Cómo mejorar la comunicación externa del Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas?

1.5 Delimitación del tema

1.5.1 Objeto de estudio

El objeto de estudio en el tema de investigación es “Propuesta de comunicación externa para el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas”.

1.5.2 Limitación geográfica

Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas, el mismo se encuentra ubicado en la 8ª. avenida y 21 calle de la zona 1, Centro Cívico, ciudad de Guatemala.

1.5.3 Limitación temporal

El tema de investigación “Propuesta de comunicación externa para el Centro de Atención al Usuario (CAU) del Ministerio de Finanzas”, se realizó durante los meses de abril a julio de 2013.

1.5.4 Limitación poblacional

Personal que presta sus servicios en el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas y usuarios que necesitan ser informados y orientados.

1.5.5 Límites de la investigación

Los resultados obtenidos de la investigación, serán válidos únicamente para el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas. Siendo este (CAU) el encargado de orientar y facilitar la información con relación al trámite que el usuario realiza.

Capítulo 2

Marco teórico

2.1 Generalidades del Centro de Atención al Usuario (CAU)

El CAU es la dependencia dentro del Ministerio de Finanzas Públicas que se encarga de recibir y registrar los documentos y expedientes ingresados en esa institución, atender las quejas y reclamos de los usuarios, informar acerca del estado de su solicitud, orientarlo y facilitarle información respecto de su gestión, así como de la recepción de expedientes de distintas dependencias que se encuentran fuera del Ministerio.

El CAU fue creado dentro del Ministerio de Finanzas Públicas, mediante el Acuerdo Ministerial Número 21-2011 “A”, del 01 de marzo de 2011. Desde diciembre de ese mismo año, se habilitaron nuevas y modernas oficinas para brindar mejor atención a los usuarios que requieren de los servicios de ese Ministerio, las cuales están ubicadas en el primer nivel, ala oeste del edificio.

Este centro se implementó para innovar las gestiones de información, ingreso, registro y revisión de los documentos que se reciben en el Ministerio de Finanzas Públicas, con el objetivo de atender, en forma adecuada, las necesidades de los usuarios y para que éstos dispongan de las personas e instalaciones apropiadas para ese fin.



Fuente: Fotografía obtenida del archivo del CAU.

2.1.2 Identificación del Centro de Atención al Usuario (CAU)

El Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas se identifica como el responsable de brindar un servicio eficiente respecto de la información, atendiendo las demandas de los visitantes proyectando la mejor imagen de la institución. También se encarga de recibir y registrar los documentos ingresados atendiendo de manera cortés y educada las quejas y reclamos que existan por parte del usuario.

La dependencia cuenta con el servicio de 26 ventanillas, las cuales están al cargo de personal que facilita la información y los requerimientos que el usuario necesita. (Manual interno pág. 4).

2.1.3 Visión

Ser la dependencia de la administración pública, ejemplo de servicio, honradez y fidelidad; y que con cordialidad y respeto hacia la persona humana, satisfaga las demandas de los usuarios, y ser el protocolo que proyecte la mejor imagen del Ministerio de Finanzas Públicas.

2.1.4 Misión

Brindar a los usuarios un servicio de excelencia, efectivo, con actitud positiva, dentro de un ambiente agradable y cordial; capaz de satisfacer en el menor tiempo sus demandas de gestión en la tramitación de sus asuntos.

2.1.5 Valores

Fidelidad, transparencia, actitud de servicio, respeto, honradez, disciplina, ecuanimidad, responsabilidad, honestidad, trabajo en equipo, solidaridad, amabilidad, empatía, equidad.

2.1.6 Objetivos de calidad

Los objetivos de calidad dentro de la organización son cinco:

- a. Mejorar los procesos e interrelaciones como un sistema que contribuya con la eficacia, eficiencia y efectividad para el logro de los objetivos, orientando a los usuarios sobre los mecanismos, procedimientos y requisitos necesarios con la finalidad de facilitar y agilizar sus gestiones ante el Ministerio de Finanzas Públicas.
- b. Implementar mecanismos más prácticos y mejores en la prestación de servicios a los usuarios, atendiendo las quejas y reclamos, así como informarle acerca de su trámite a realizar.
- c. Tomar decisiones eficaces basadas en los datos y la información, y no por simple intuición, llevando de manera eficaz los registros de documentos y expedientes ingresados al Ministerio de Finanzas Públicas, notificando a las personas jurídicas e individuales del proceso y resultado de la gestión de su trámite.
- d. Coordinar el trabajo en equipo para el desarrollo de las relaciones que beneficien a los usuarios y que permitan emplear, de manera racional, los recursos disponibles.
- e. Transparentar las actuaciones y decisiones garantizando con ello el acceso a la información, para innovar en las gestiones de ingresos, registros, revisión de documentos y expedientes que ingresan al Centro de Atención al Usuario (CAU) del Ministerio de Finanzas Públicas.

2.1.7 Personal del CAU

Dentro del equipo que forma parte de la organización objeto de estudio, hay en total 35 personas, quienes, por su función en el puesto de trabajo, son parte del personal administrativo y ejecutivo.

2.1.8 Horario

El servicio se presta de lunes a viernes en horario de 07:30 a 16:00 horas haciendo un total de ocho horas diarias, con excepción de 4 ventanillas que poseen horarios especiales. Estas ventanillas son la 3, 4 y 6 con un horario de 07.30 a 15:00 horas y la 25 con un horario de 07:30 a 15:30, por trámites especiales.

2.2 Estructura de la organización

De acuerdo con el manual interno del Centro de Atención al Usuario (2011 pag.7-9), para el cumplimiento de sus funciones se encuentra estructurado de la manera siguiente:

- **Coordinador**

Se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de recepción y envío de expedientes generales que entran a las ventanillas del Centro de Atención al Usuario (CAU). Así como coordinar la entrega de expedientes a través de mensajería, solicitar la compra y despacho de almacén de los insumos requeridos para realizar el trabajo, participar en reuniones de trabajo para la solución de problemas que se presente, atender a usuarios personalmente o por teléfono, elaborar informes de trabajo, resolver consultas de subalternos y usuarios, como otras actividades que se relaciones con el cargo.

- **Secretaria**

Se encarga de la recepción de documentos con destino al Centro de Atención al Usuario (CAU), recepción de boletas del banco de Guatemala destinadas a los usuarios que los solicitan resguardándolas mientras el interesado se presenta a recogerlas, archivo de boletas de envío de documentos como apoyo a los señores mensajeros, elaborar oficios varios, atender la ventanilla en apoyo a compañeros que sales a almorzar, llevar el CAU externo, asistir como apoyo en el módulo de información, elaborar mensualmente el informe global de mensajería, encargada de ventanilla especial, realizar entrega de expedientes, atender a usuarios villa telefónica resolviendo dudas que presenten o canalizando las llamadas a donde correspondan.

- **Revisor**

Se encarga de evaluar y analizar los expedientes que ingresan al CAU, registrar expedientes, asignar expedientes a mensajeros, obtener los resultados de transito de expedientes, productividad de los mensajes formatos de control de expedientes, apoyar al módulo de información, asistir al coordinador.

- **Coordinador de ventanillas (26 ventanillas al servicio)**

Informar y orientar a los usuarios que visitan el Centro de Atención al Usuario (CAU), sobre los servicios que se brindan en el Ministerio de Finanzas Publicas, resolver dudas de usuarios que visitan el Centro de Atención al Usuario CAU en relación de gestiones que realizan, coordinar y asignar la recepción de documentos a los receptores, principalmente en las ventanillas de recepción de documentos generales, apoyar a las autoridades del CAU en la solución de las incidencias con los usuarios cuando así se requiera, canalizar las incidencias detectadas con los usuarios del CAU y su correspondiente solución, presentar reportes de las

incidencias suscitadas con los usuarios del CAU, participar en la verificación del registro de los expedientes que ingresan para garantizar que sea claro, veraz, oportuno y preciso, informar sobre las inconsistencias encontradas a las autoridades del CAU, presentar reportes de las inconsistencias encontradas en los registros de los expedientes a las autoridades del CAU.

- **Coordinador de mensajería (02 mensajeros)**

Participar en la recepción de expedientes, registrar los expedientes recibidos en el sistema, organizar los expedientes recibidos según destino, distribuir los expedientes recibidos a los mensajeros, verificar la efectiva entrega de los expedientes, elaborar reportes de distribución de expedientes.

- **Encargados de ventanillas**

Su función es recepción e ingreso de expedientes procedentes de las distintas dependencias, traslado de los expedientes físicos y digitalmente, verificar, modificar, ubicar expedientes, atender al público de las distintas dependencias del gobierno central y personas particulares.

- **Encargados de mensajería**

Llevar documentos a las diferentes direcciones del Ministerio, apoyo a la revisión de documentos que se trasladan, recoger suministros de oficina, apoyo en ventanilla a recibir documentos, grabar documentos en el sistema web, apoyar a dar información a personas que lo necesitan, encuadernar, archivar.

- **Encargado de Módulo de Información**

Recibir, atender y direccionar a los usuarios con base en los servicios que requieren, brindar la información y asesoría requerida, prestar el servicio dentro de la más alta calidad en la atención al usuario, administrar el

direccionamiento de los usuarios, informar al jefe cuando se presente la necesidad.

- **Encargado de mejoras del proceso**

Es la persona que se encarga de mejorar cada uno de los procesos que se lleven a cabo dentro del Centro de Atención al Usuario (CAU). Con la finalidad de brindar un mejor servicio al usuario.

2.3 Matriz de actividades del CAU

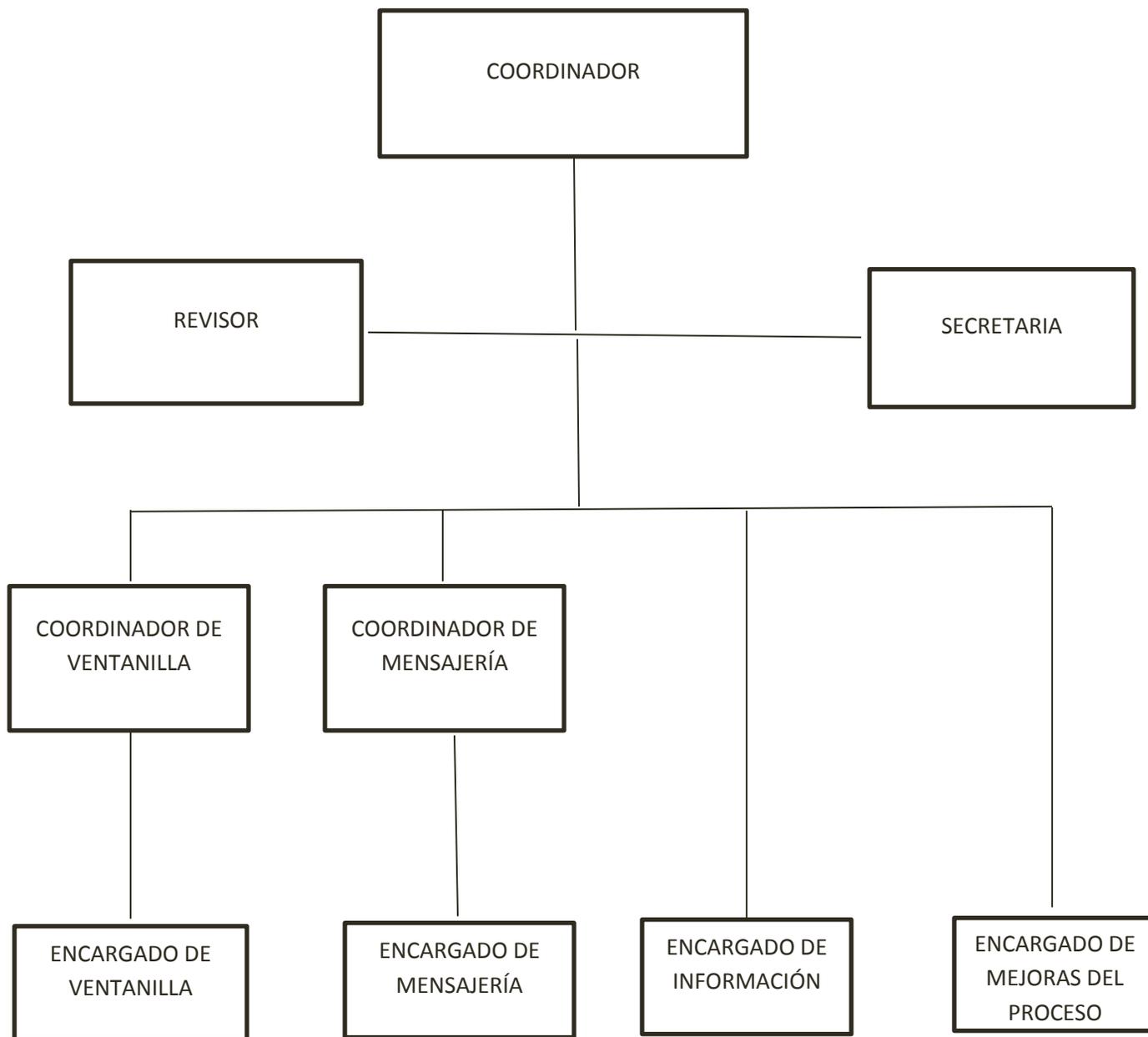
No. de ventanilla	Servicio que ofrece	Dependencia	Horario
1,2,19,20,21	Recepción de documentos y expedientes para el Despacho Superior y dependencias del MINFIN.	Dirección de Servicios Administrativos.	07:30 a 16:00
3	Carencia de bienes.	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	07:30 a 15:00
4	Carencia de bienes	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	07:30 a 15:00
6	Certificación de matrícula fiscal	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	
7	Emisión de estados matriculares	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
8,9,10	Recepción de avisos notariales de traspaso de bienes inmuebles	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
11	Visa de avalúos fiscales	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
12	Ingreso de avalúos fiscales y certificaciones de valor del suelo.	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
13	Notificaciones de avalúos fiscales y oficiales, así como recepción de avalúos de las municipalidades. Recepción de papelería de valuadores autorizados y evacuación de previos de avalúos fiscales.	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
14	Se realizan notificaciones de expedientes de herencias, legados y donaciones.	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
15	Emisión de recibos de pago hereditario y certificaciones sobre impuesto hereditario	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
16	Recepción y entrega de expedientes de herencias, legados y donaciones.	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
17	Visado de expedientes de herencias, evacuación de previos de herencias, legados y donaciones.	Dirección de Catastro y Avalúo de Bienes Inmuebles (DICABI)	01:30 a 16:00
18	A entidades públicas en materia de bienes del Estado.	Dirección de Bienes del Estado.	01:30 a 16:00
22	A entidades públicas en materia de Presupuesto del Estado.	Dirección Técnica del Presupuesto.	01:30 a 16:00
23	Recepción de solicitudes de apertura de cuentas (este formulario se ubica en la página web y puede descargarse).	Tesorería Nacional	01:30 a 16:00
24	Entrega de certificación de pago (Boucher) a jubilados.	Tesorería Nacional	01:30 a 16:00
25	Recepción y entrega de certificaciones de tiempo de servicio.	Dirección de Contabilidad del Estado.	01:30 a 15:30

Fuente: Elaboración propia, con base en datos obtenidos del manual interno del CAU.

2.4 Organigrama

En la representación gráfica de la institución se puede definir el grado de jerarquía de cada uno de los miembros de la institución objeto de estudio.

Figura 1
Organigrama del Centro de Atención al Usuario



Fuente: Elaboración propia, con base en datos obtenidos del manual interno del CAU.

2.5 Definición de comunicación

Sin lugar a dudas, el ser humano necesita comunicarse con sus semejantes. Debido a ello la comunicación se define como un proceso de retroalimentación e intercambio de mensajes, en varios niveles y de diversas maneras, que se transmiten por medio de canales. Es el arte de compartir un mensaje entre un destinatario y un destinador, pero para que la comunicación sea completa se requiriera que exista retroalimentación.

Armstrong (1990: p. 107), cita a John Garnett, experto líder en comunicaciones, afirmando: “El éxito de los gerentes depende primordialmente de su habilidad para comunicar a todas las personas que estén bajo su responsabilidad qué necesitan hacer y la importancia de hacerlo. Ello implica la aceptación del cambio, el compromiso con el servicio al cliente, lograr más con menos en el servicio público”.

Por su lado, Albizurez Palma, (1990: p.22) señala: “La comunicación significa compartir información entre un destinador y un destinatario. No es lo mismo la transmisión: pues esta no implica transmitir sino solamente transferir información. En este caso el destinatario asume un papel meramente receptivo”.

Mientras que Berlo, (1990: p.79) indica que todo fenómeno comunicativo sigue un esquema definido desde la fuente donde se origina el mensaje hasta llegar a un comportamiento esperado por el receptor.

Otra definición es la de Interiano, (2003: p.9) quien dice: “La comunicación es el oxígeno de la sociedad; es el elemento por medio del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico y en todos los órdenes de la vida”.

El mismo autor agrega que la comunicación es todo proceso en el que ocurre una transferencia de información. Es el intercambio de ideas, sentimientos, emociones entre un comunicador y un receptor. Es un acto de dar y recibir información.

2.6 Elementos de la comunicación

La comunicación es un proceso en el cual participa un emisor, un mensaje, un canal y un receptor para que se dé la retroalimentación. Es el intercambio de ideas, sentimientos y emociones, es un acto de dar y recibir para comprender los mensajes que la fuente ha transmitido.

De acuerdo con Leñero y Marín (1978: p.94): “En Cualquier proceso de comunicación son indispensables determinados elementos, propios del ser humano y, que a la vez, son imprescindibles para su máximo desarrollo”.

Estos elementos se pueden visualizar de forma ordenada y de la siguiente manera: emisor, receptor, mensaje, código, canal y retroalimentación.

2.6.1 Emisor

Es el encargado de enviar el mensaje. De su labor depende, en gran medida, que los mensajes que envía sean correctamente descodificados por quienes los reciben.

2.6.2 Receptor

Varía según su nivel socioeconómico, contexto cultural y región habitacional. Su reacción ante determinados mensajes comunicacionales emitidos por el emisor dependerá de esos factores.

2.6.3 Mensaje

Interiano (2003: p.14) manifiesta que el mensaje es la información que deseamos transmitir; el conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos que el emisor o comunicador envía al receptor.

2.6.4 Código

En relación con el código, Interiano (2003: p. 18) anota que este se define como el conjunto estructurado de signos, con base en ciertas leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes. Cuando se afirma que es un conjunto estructurado se refiere a que los mismos deben cumplir con ciertas leyes de selección y combinación, las cuales han ido sugeridas o establecidas socialmente.

2.6.5 Canal

Medio por el cual se transmite el mensaje hacia el receptor, estos son diversos y dependen de la necesidad del ser humano. Citando nuevamente a Interiano (2003: p.16), agrega que los canales o medios de comunicación son diversos y dependen de la circunstancia y necesidad histórica de la humanidad”.

2.6.6 Retroalimentación

Para definir la retroalimentación se tiene en cuenta lo señalado por Homs Quiroa, (1990: p.12) cuando afirma: “Es el elemento básico de diferenciación entre el proceso de información y el de comunicación”.

2.7 Tipos de comunicación

Respecto de los tipos de comunicación, Fernández Collado, (2005: p. 11-13) aporta la división que se presenta a continuación: Comunicación interna, comunicación externa la cual se divide en comunicación externa verbal y comunicación externa escrita.

2.7.1 Comunicación interna

Este se relaciona a los programas e información que están dirigidos hacia el personal de la misma organización de manera interna, es decir dentro del mismo personal que labora en la institución.

Collado, (2005: p. 11) complementa diciendo que la comunicación interna se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para

la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados”.

2.7.2 Comunicación externa

Es importante definir este tipo de comunicación como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus distintos públicos de manera externa.

“La comunicación externa involucra tres elementos: el transmisor, el medio de comunicación y el receptor, su efectividad depende de los tres. Si el transmisor es incompetente o el mensaje poco claro, el receptor no entiende el significado de la señal y el proceso de la comunicación habrá fracasado”. Fernández Collado, (2005: p.11).

A lo anterior se añade que la comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, su finalidad es proyectar una imagen favorable hacia el público exterior. Es permanente, genera mensajes y noticias de manera directa hacia el público externo.

Considerando lo que anota Fernández Collado (2005: p.31), la comunicación externa puede expresarse de forma verbal o escrita. Por tal razón a continuación se dan las definiciones de cada una.

2.7.2.1 Comunicación externa verbal

“Es todo tipo de información que se brinda al público externo mediante el diálogo, cara a cara o por la vía telefónica”. También se define como el conjunto de mensajes transmitidos al público de forma directa.

2.7.2.2 Comunicación externa escrita

“Es la información que se distribuye en forma directa al grupo objetivo, entre otros: boletines informativos, trifoliales, Internet”. Es el conjunto de mensajes que van transmitidos al público externo de forma escrita.

2.7.3 Formas de comunicación externa

A criterio de Vásquez Díaz (2010: p.16): “La comunicación externa se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la empresa y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la entidad, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.

2.7.4 Funciones de la comunicación externa

De acuerdo con Vásquez Díaz, (2010: p. 17), las funciones de la comunicación externa se definen de la siguiente manera: Fijar los objetivos de la imagen según el público y fijar las estrategias de comunicación al servicio de la imagen.

- Fijar los objetivos de imagen según el público: Esta fijación será el punto de referencia para la comunicación que se aplicará para cada uno de los públicos.
- Fijar las estrategias de comunicación al servicio de la imagen: Es decir las acciones que se deben ejecutar con cada público para conseguir el objetivo.

2.8 Servicios

Cuando se presta un servicio se brinda apoyo resolviendo las necesidades del cliente o usuario, según sea el caso. Es saber brindar la información y asesoría requerida por los usuarios, orientándolos sobre los procedimientos necesarios para así satisfacer sus necesidades.

“Servicio es un conjunto de actividades que buscan resolver las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados); entre estos pueden señalarse los servicios de: electricidad, agua, aseo, teléfono, telégrafo, correo, transporte, educación, cibercafés, sanidad y asistencia social. Se define un marco en donde las actividades se desarrollan con la idea de fijar una expectativa en el resultado de estas”.

(<http://www.bing.com/seach?q=QUE+ES+SERVICIO+AL+CLIENTE>).

Según Lovelock, (2004: p.95): “El sector servicio es asombrosamente variado; sin embargo, es sorprendente conocer el número de gerentes que consideran como única la industria del servicio en la que trabajan o por lo menos creen que es claramente distinta del resto”. El mismo autor afirma: “Algunos de estos servicios que las personas utilizan, requieren un contacto activo con la empresa incluyendo visitas a sus instalaciones e interacciones directas con sus empleados”.

2.9 Características de los servicios

Las características que poseen los servicios y que los distinguen de los productos son: intangibilidad, heterogeneidad, la separabilidad, perecibilidad y ausencia de propiedad.

✓ Intangibilidad

Esta característica consiste en que los servicios no pueden verse, probarse o sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Por lo tanto, dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar, ni patentar, ser explicados o representados con facilidad.

✓ Heterogeneidad

Por varios motivos, dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Las entregas de un mismo servicio son realizadas persona a persona en momentos y

lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso si varía el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por eso es necesario prestar atención a las personas que facilitan los servicios en nombre de la empresa.

(<http://www.bing.com/seach?q=QUE+ES+SERVICIO+AL+CLIENTE>).

✓ **Separabilidad**

En los servicios, la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces pueden agregarse las ventas. Esta separabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

✓ **Perecibilidad**

Los servicios no se pueden almacenar por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado no se puede realizar en otro momento.

✓ **Ausencia de propiedad**

Los compradores de un servicio adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo. Luego de la prestación solo existen como experiencias vividas.

(<http://www.bing.com/seach?q=QUE+ES+SERVICIO+AL+CLIENTE>).

2.10 Tipos de servicios

Hay dos grandes maneras de clasificar los servicios: y estos los podemos definir como: Servicios públicos y Servicios privados. Por lo que a continuación daremos el concepto de cada uno.

2.10.1 Servicios públicos

Se define como los servicios que el estado proporciona y que es su obligación dar cumplimiento, ya que son creados por constitución o por ley, por lo que deben funcionar de forma permanente. Entre estos están los servicios de enseñanza,

transporte, sanidad. Esto no ejerce un poder de mando, son actividades asumidas por órganos o entidades públicas para dar satisfacción en cierta forma a las necesidades de interés general. Son apoyados por el estado y defienden el interés general de la sociedad.

2.10.2 Servicios privados

Es toda empresa o pequeña empresa que se dedique a el consumidor y a servirle, siempre que existan dinero de por medio, brindando un servicio de excelencia al cliente, pues su finalidad es obtener beneficios económicos de él. Por lo tanto se puede decir que el motor de una empresa privada es el cliente.

Son soportados económicamente por la iniciativa privada y defienden solamente el derecho del consumidor de ese servicio.

(<http://www.bing.com/seach?q=QUE+ES+SERVICIO+AL+CLIENTE>).

Figura 3



2.11 Servicio de atención al cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto o la información en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente o usuario es una potente herramienta de mercadeo que, si se utiliza en forma apropiada siguiendo ciertas políticas institucionales, puede ser muy eficaz en una organización.

Es el servicio que proporciona una empresa o institución para relacionarse con sus clientes o grupos objetivo, en el caso de este trabajo, con usuarios que requieren del servicio que presta la institución.

Es “un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas”, que compete a toda la organización tanto en la forma de atender a los clientes o usuarios como en la forma de atender a los clientes internos en las diversas áreas de la empresa o institución.

El servicio de atención al cliente también se define como la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa o institución y que tiene oportunidad de estar en contacto con los clientes o usuarios del servicio generando en ellos algún nivel de satisfacción. (<http://www.slideshare.net/saya89/Atencion-al-Cliente-142607>).

2.12 Principios del servicio de atención al cliente

Como aparecen a continuación, existen diversos principios que deben seguirse para realizar el servicio al cliente, ya que pueden facilitar la visión que se tiene acerca del aspecto masivo importante del servicio, el cliente o usuario.

- ✓ Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.
- ✓ Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal.

- ✓ Sistema de sonrisas. Decir: “por favor” “gracias”, no le garantiza que el trabajo resulte bien a la primera. En cambio los sistemas sí le garantizan eso.
- ✓ Anticipar y satisfacer conscientemente las necesidades de los clientes.
- ✓ Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir autoridad para atender sus quejas.
- ✓ Preguntar a los clientes o usuarios lo que quieren y dárselos una y otra vez para hacerlos volver.
- ✓ Los clientes o usuarios siempre esperan el cumplimiento de su palabra. Prometer menos dar más.
- ✓ Mostrar respeto por las personas y ser atentos con ellas.
- ✓ Reconocer de forma explícita todo esfuerzo de implantación de una cultura de calidad.
- ✓ Remunerar a los empleados, como si fueran sus socios (incentivos).
- ✓ Investigar quiénes son los mejores y cómo hacen las cosas, para apropiarse de sus sistemas, para después mejorarlos.
- ✓ Alertar a los clientes o usuarios para que digan todo aquello que no les guste, así como para que manifiesten lo que sí les agrada.
- ✓ No dejar esperando al cliente o usuario por su servicio porque todo lo demás pasará desapercibido por él, ya que estará molesto e indispuesto a cualquier sugerencia o aclaración.

<http://www.slideshare.net/saya89/Atencion-al-Cliente-142607>

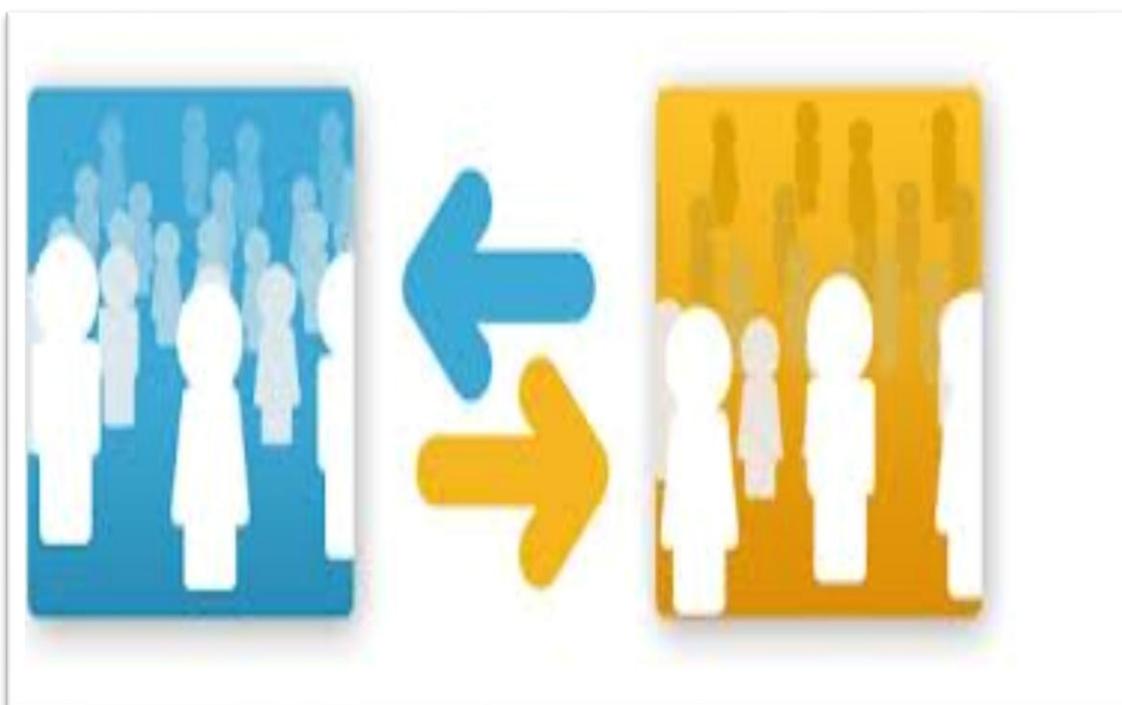
Figura 4



2.13 Relaciones públicas

Las relaciones públicas, según Ramos Padilla (1991: p. 47): “Es la actividad, función o técnica que estima y aprecia las actividades y actitudes públicas; identifica las normas, políticas y procedimientos de un individuo o de una organización con interés público, de igual forma, crea o formula programas de acción para obtener la aceptación pública (externa-interna) y beneficiarse con ella”.

Figura 5



Capítulo 3

Marco metodológico

3.1 Método

Para realizar el estudio de investigación “Propuestas de comunicación externa para el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas, se aplicó el método funcionalista debido a que hace alusión a que la sociedad es algo funcional y que compensa una cosa con la otra.

3.2 Tipo de investigación

En este estudio, cuya finalidad fue determinar si existen políticas administrativas para la selección del personal que cumpla con el perfil para desempeñar el trabajo de atención al usuario y de esta manera lograr mejorar la comunicación externa en el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas, fue necesario valerse, en primera instancia, del tipo de investigación de campo, pues este se fundamenta en una estimación obtenida con base en la realidad.

Este tipo de investigación ayuda en la observación directa y en vivo de situaciones relevantes en el grupo que se investiga para obtener datos importantes que la cimenten.

Asimismo, para sustentar el estudio también se tuvo en cuenta el tipo de investigación cuantitativa, técnica que se utiliza para la obtención de datos numéricos, es una observación no participativa, puede efectuarse mediante la encuesta; además, con ella se logra la mejor interpretación de los datos con un grado predeterminado de certeza.

3.3 Objetivo general

Determinar si en el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas existen políticas administrativas para la selección del personal que cumpla con el perfil para desempeñar el trabajo de atención al usuario.

3.3.1 Objetivos específicos

- Realizar un estudio cuantitativo para establecer cuál es la aceptación que tienen los usuarios acerca de la atención que brinda el personal del Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas.

- Determinar si el personal del Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas, cuenta con el perfil adecuado para desempeñar el trabajo de comunicación externa.

- Identificar la problemática comunicacional que pueda existir de parte del personal del CAU, hacia el usuario que requiere los servicios que presta esta dependencia.

3.4 Población/universo

La investigación se realizó en una de las dependencias que forman parte del Ministerio de Finanzas Públicas, específicamente con personas que visitan el Centro de Atención al Usuario (CAU), por lo tanto, es una población finita, con un aproximado de 750 personas que requieren del servicio todos los días.

3.5 Muestra

De la población finita, de aproximadamente 750 personas que visitan a diario el CAU, se tomó una muestra que representó a los usuarios encuestados, considerando que era la cantidad adecuada para tener un error estándar de menos del 3% de confiabilidad en la información obtenida.

El tipo de muestra se aplicó según los criterios que se utilizan en la investigación cuantitativa aleatoria simple. Por lo que se seleccionó la fórmula propuesta por Álvarez (1988).

$$n = \frac{N^2}{N \times d + 1}$$

$$N \times d + 1$$

n = Tamaño de la muestra para estimar una proporción.

N= Tamaño de la población total 750 usuarios

d= Nivel de precisión, 0.03 indica que los resultados tendrán el 97% de Confiabilidad.

3.6.1 Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{750}{750 \times 0.03 + 1}$$

$$n = \frac{750}{750 \times 0.009 + 1}$$

$$n = \frac{750}{6.75 + 1}$$

$$n = \frac{750}{7.75}$$

$$n = 96.7$$

$$n = \underline{97}$$

El total de la muestra es de 97 personas, según la fórmula de Álvarez (1988).

3.7 Técnica

La técnica que se utilizó para la investigación fue:

- a. Recopilación bibliográfica.
- b. Encuestas.
- c. Entrevistas
- d. Aplicación de muestra finita para datos estadísticos.

3.8 Instrumentos

- a. Documentación institucional del Ministerio de Finanzas Públicas, específicamente del Centro de Atención al Usuario (CAU).
- b. Fichas bibliográficas, vaciado de datos.
- c. Guía de observación.
- d. Cuestionarios.

3.9 Procedimiento

Se realizó una investigación bibliográfica documental en la biblioteca Flavio Herrera de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y en la biblioteca de la Universidad de San Carlos de Guatemala, complementándose con una encuesta que respondieron los usuarios que visitan el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas.

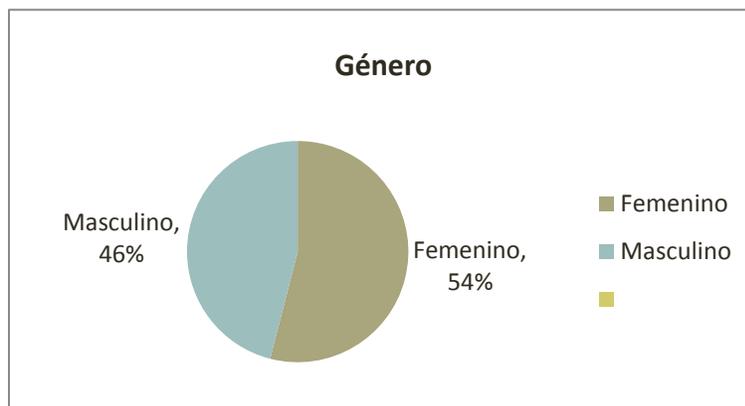
Capítulo 4 Presentación de resultados

4.1 Análisis estadístico

A continuación se presentan los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas, las cuales fueron respondidas por personas que visitan el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas. Las mismas fueron analizadas por medio de la interpretación de gráficas.

- **Género o sexo de las personas encuestadas**

Gráfica 1



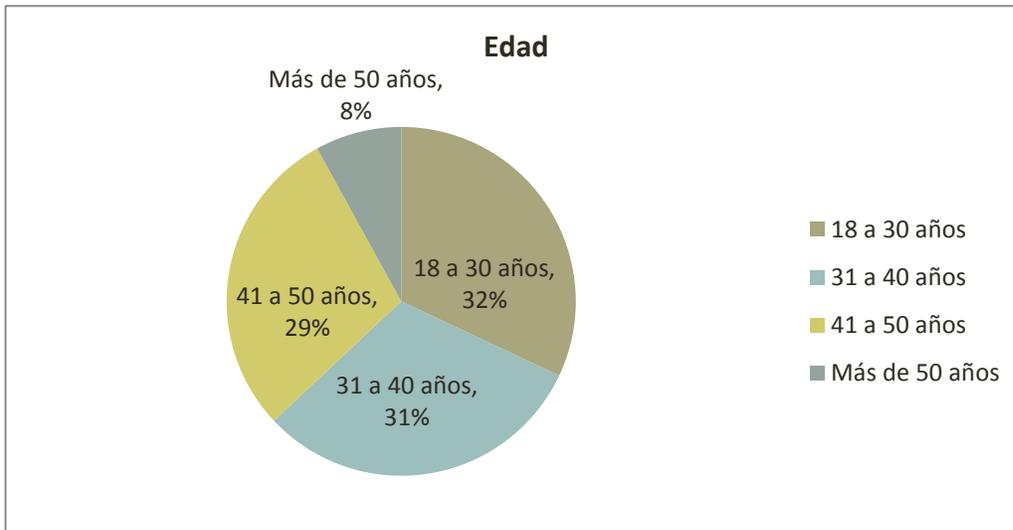
RESPUESTA	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Femenino	52	54%
Masculino	45	46%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en la gráfica uno, de las 97 personas encuestadas un 54% corresponde al género femenino y un 46% al masculino. Es decir que, con una diferencia del 8%, son más las mujeres que visitan el CAU con la finalidad de realizar algún tipo de trámite fiscal.

- **Rango de edad de las personas encuestadas**

Gráfica 2



RESPUESTA	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
18 a 30 años	31	32%
31 a 40 años	30	31%
41 a 50 años	28	29%
Mayores de 50 años	8	8%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos que se muestran en la gráfica dos, las personas que visitan diariamente el CAU, aún se encuentran en la capacidad física de movilizarse por ellas mismas para realizar sus trámites. El 92% se ubica entre los 18 y 50 años, solo un 8% necesitaría auxilio en el momento de requerir el servicio.

- **Usuarios que ingresan en las instalaciones del CAU**

Gráfica 3



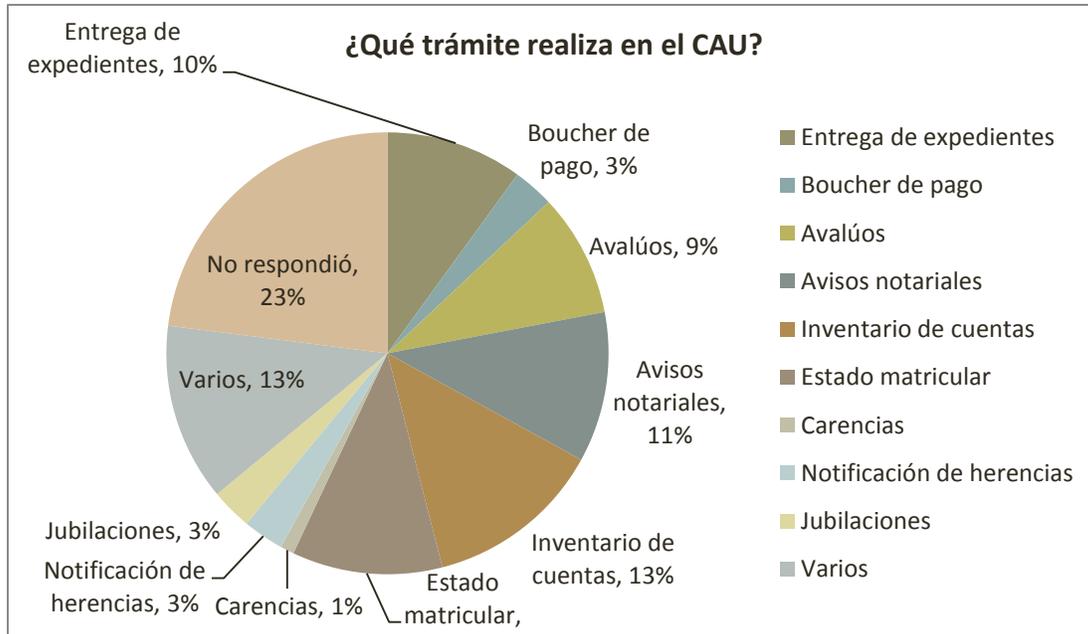
RESPUESTA	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Sí	86	89%
No	11	11%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

Como se detalla en la gráfica anterior, del total de usuarios encuestados, la mayoría (89%) afirma que sí les indicaron con quién debía abocarse en el momento de ingresar en las instalaciones del CAU. No obstante, un 11% opinó de manera contraria.

- **Trámite que los usuarios realizan**

Gráfica 4



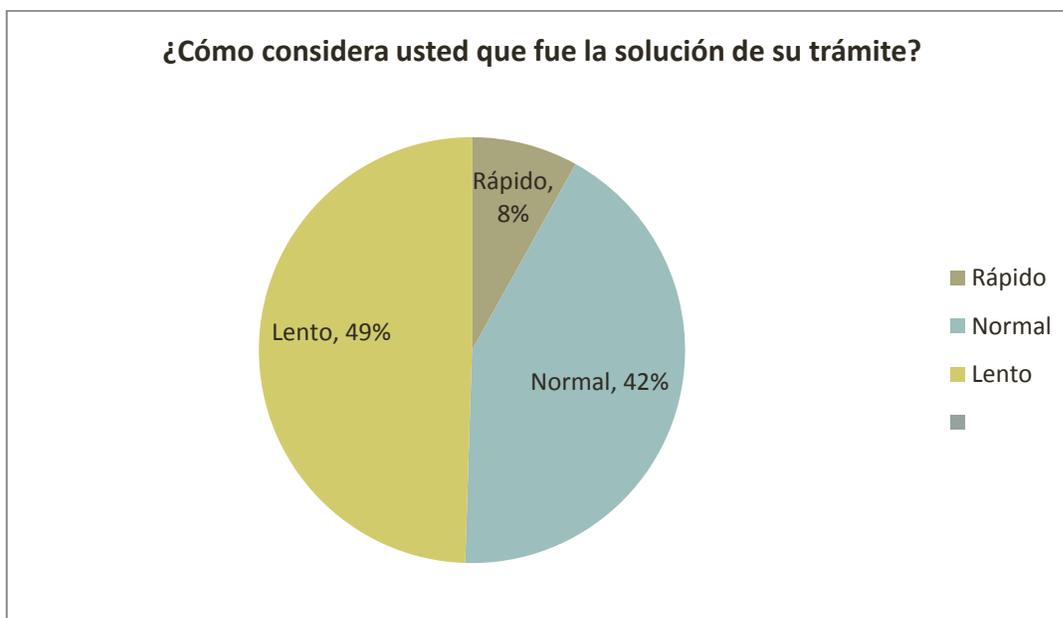
RESPUESTA	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Entrega de expedientes	10	10%
Boucher de pago	3	3%
Avalúos	9	9%
Avisos notariales	11	11%
Inventario de cuentas	13	13%
Estado matricular	11	11%
Carencias	1	1%
Notificación de herencias	3	3%
Jubilaciones	3	3%
Varios	13	13%
No respondió	20	23%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta las respuestas emitidas por los usuarios respecto del trámite que realizan el CAU, se aprecia que estos son variados, aunque resalta la cantidad de personas que entrega inventarios de cuentas (13%) y quienes efectúan varios trámites a la vez(13%).

- **La solución de su trámite**

Gráfica 5



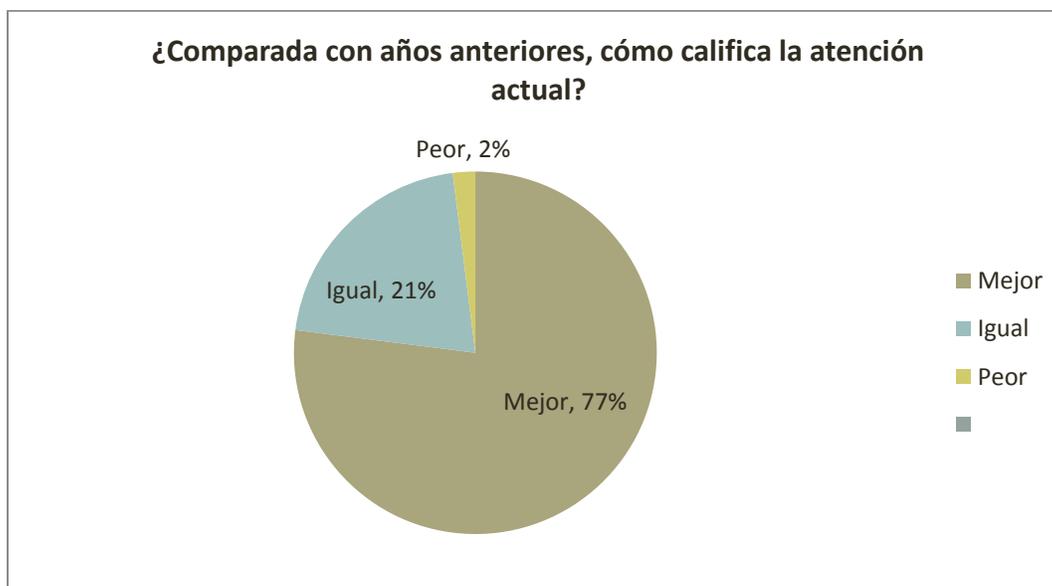
RESPUESTAS	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Rápido	8	8%
Normal	41	42%
Lento	48	49%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

Los resultados que se anotan en el gráfica cinco muestran que la mayoría de personas encuestadas (49%) percibe que el tiempo que se lleva la realización de su trámite de servicio es lento, otro 42% considera que es normal y un 8% dice que es rápido. Por lo tanto, se debe pensar en mejorar el servicio.

- **Atención actual del CAU**

Gráfica 6



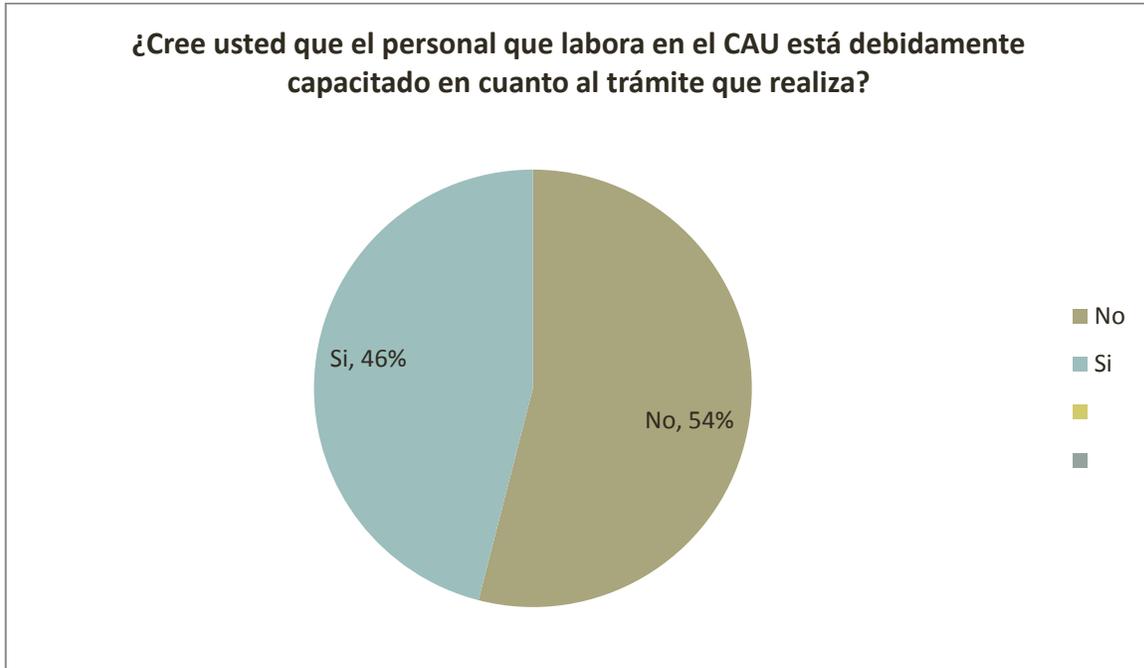
RESPUESTA	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Mejor	75	77%
Igual	20	21%
Peor	2	2%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

Se puede definir que el 77% del total de quienes respondieron la encuesta considera que, comparado con años anteriores, la atención en el CAU mejoró; sin embargo, existe un 21% que cree que sigue igual y un 2% que está peor. Es decir que aunque se evidencia mejoría, aún hay que trabajar para que el servicio sea excelente.

- **Personal capacitado**

Gráfica 7



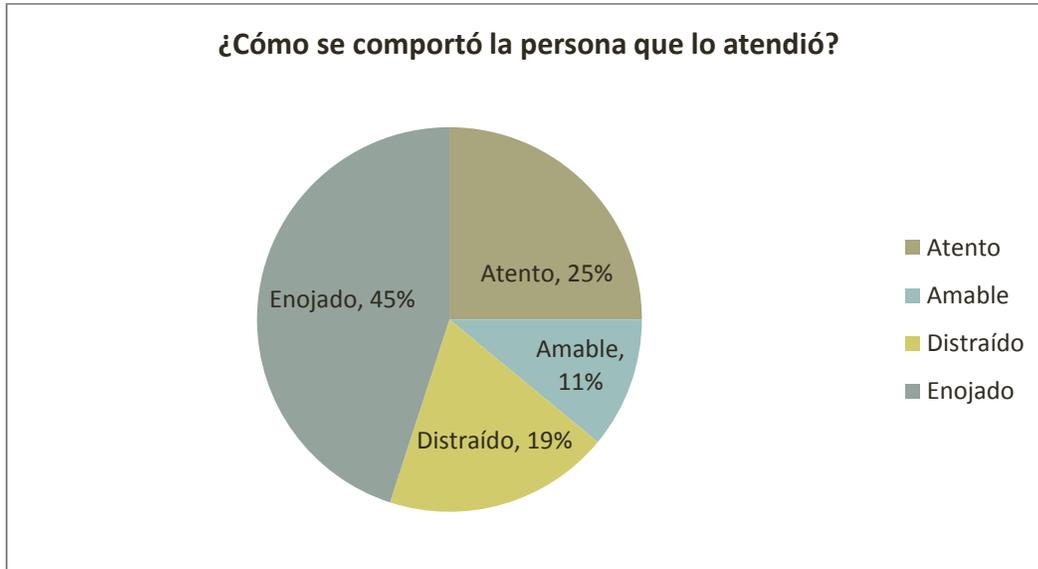
RESPUESTA	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Sí	45	46%
No	52	54%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos de esta gráfica se denota que un porcentaje alto de los usuarios encuestados (54%) piensa que el personal no cuenta con capacitación ni con los conocimientos necesarios para prestar los servicios. Por aparte existe un 46% que opina lo contrario, es decir que se evidencia que parte del personal necesita que se le envíe a capacitación para que adquiera los conocimientos requeridos para desempeñarse, de mejor forma, en su puesto.

- **Comportamiento del personal del CAU**

Gráfica 8



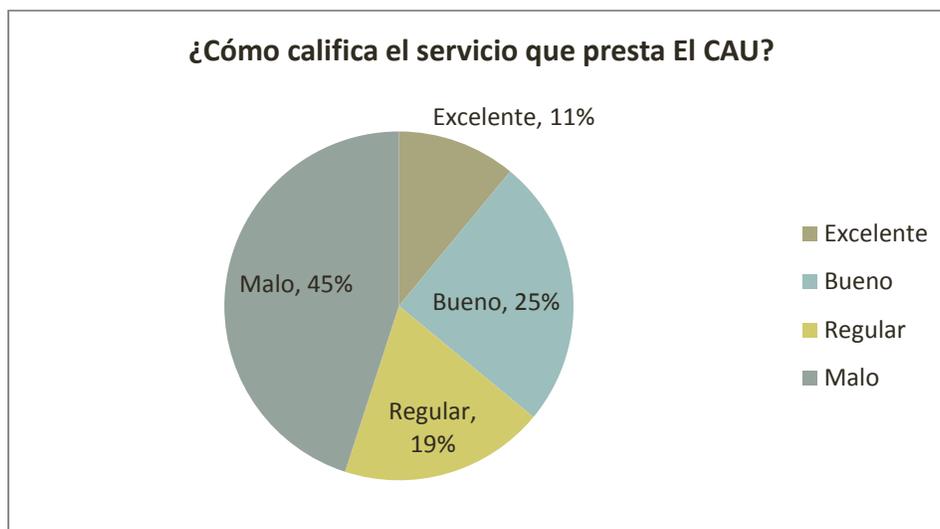
RESPUESTAS	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Atento	24	25%
Amable	11	11%
Distraído	18	19%
Enojado	44	45%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

En relación con el comportamiento de la persona que lo atendió, el 45% respondió que se comportó enojado, un 19% dijo que eran distraídos, otro 11% considera que son amables y el 25% que son atentos. Se observa que el porcentaje más alto (45%) cree que el personal es enojado, situación que debe tenerse en cuenta para mejorar el servicio que se brinda.

- **Servicios que presta el CAU**

Gráfica 9



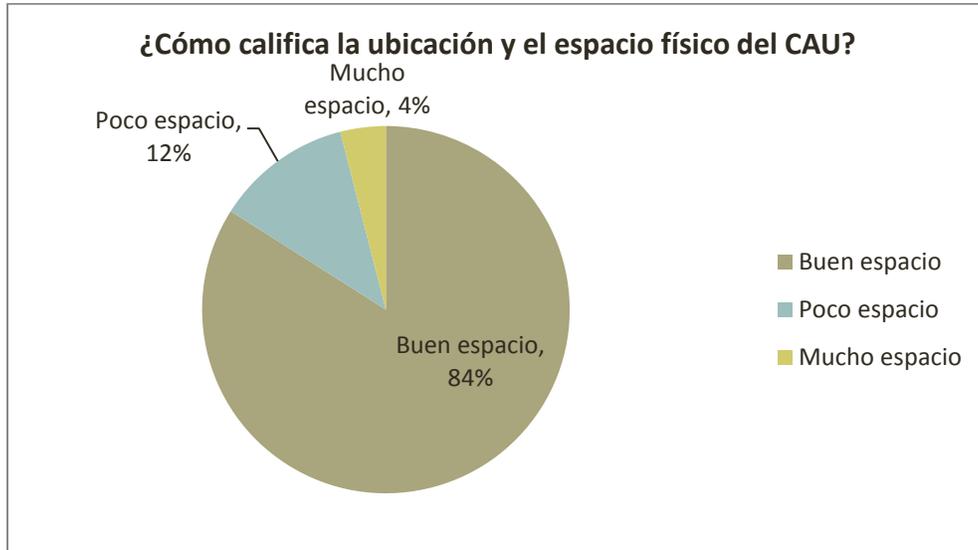
RESPUESTAS	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Excelente	11	11%
Bueno	24	25%
Regular	18	19%
Malo	44	45%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

Respecto del servicio que se presta en el CAU, la mayor cantidad de usuarios encuestados (45%) señala que es malo, un 19% anotó que es regular, otro 25% se inclinó porque es bueno y el 11% restante consideró que el servicio es excelente. De nuevo se marca la diferencia, pues de acuerdo con las respuestas, hay un 45% que está pidiendo que el servicio sea mejor.

- **Espacio físico de las instalaciones del CAU**

Gráfica 10



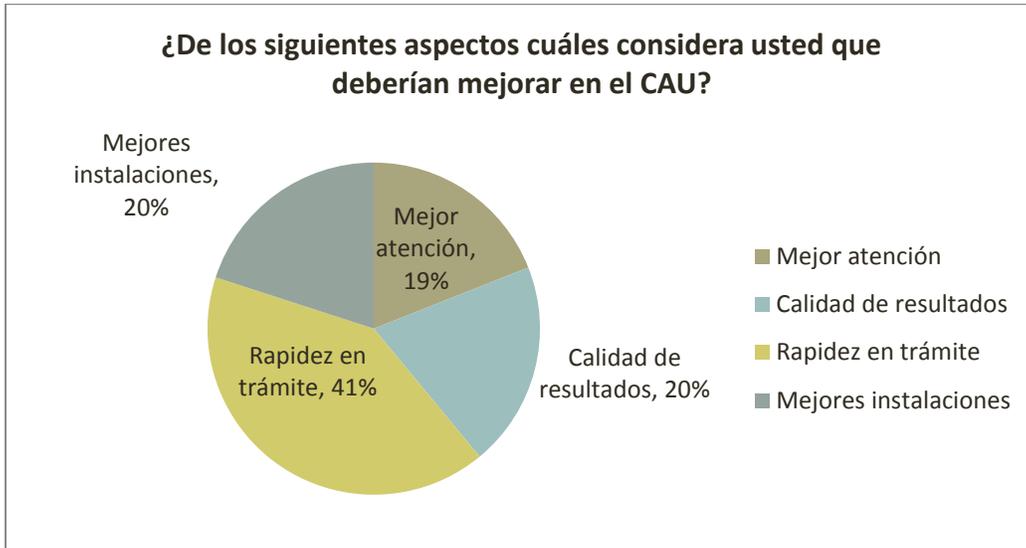
RESPUESTA	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Buen espacio	81	84%
Poco espacio	12	12%
Mucho espacio	4	4%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

En lo que a la pregunta anterior se refiere, el 84%, que es mayoría, indicó que el CAU cuenta con buen espacio para atender a los usuarios. Por lo que se percibe que en cuanto a espacio físico el CAU no tiene problema si se considera que solo el 12% cree que es poco.

- **Mejoras en el servicio que presta el CAU**

Gráfica 11



RESPUESTA	PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Mejor atención	18	19%
Calidad de resultados	20	20%
Rapidez en trámites	40	41%
Mejores instalaciones	19	20%
TOTAL	97	100%

Fuente: elaboración propia.

Considerando las respuestas de los encuestados, el aspecto que más les preocupa es la rapidez en los trámites, pero también esperan buenos resultados, mejores instalaciones y mejor atención.

4.2 Propuestas para mejorar el problema comunicacional en el CAU

Luego de analizar los resultados obtenidos mediante las respuestas de quienes respondieron la encuesta se consideraron los aspectos más relevantes por lo que, de acuerdo con estos se plantean las propuestas pertinentes.

- Por ejemplo, en relación con el comportamiento del personal en el momento de atender y respecto de cómo consideraban el servicio que se presta en el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas, se propone que el personal que se encarga de desempeñar el trabajo de atención al público, cuente con un proceso de selección dentro de cada Dirección que forma parte de la institución, con la finalidad de elegir con mayor exactitud al personal que cuente con el perfil apto, la capacidad y el desenvolvimiento apropiados para desempeñarse en esa función.

Esto no implicaría ningún costo para la institución, ya que el Ministerio de Finanzas Públicas, cuenta con la Dirección de Recursos Humanos, la cual tiene a su cargo el Departamento de Selección de Personal.

- De igual forma, los encuestados consideran que el personal no cuenta con los conocimientos ni con la capacitación necesarios para prestar la atención al público. Debido a que una de las causas puede ser la falta de motivación por parte de las autoridades superiores hacia el personal que presta los servicios, la propuesta es que se realicen capacitaciones constantes, relacionadas con comunicación externa, relaciones humanas, trato con el público, trabajo en equipo y otros temas relacionados para que los usuarios sean mejor atendidos.

Para esto no es necesario contar con un presupuesto, ya que la Dirección de Recursos Humanos cuenta con el Departamento de Capacitación y Desarrollo al Personal del Ministerio de Finanzas Públicas, el cual se

encarga de contratar los servicios de empresas que se dedican a impartir cursos dependiendo de las necesidades de cada Dirección. El único requisito es presentar la solicitud, por escrito, ante la Dirección de Recursos Humanos, dando a conocer cuáles son las razones para que la capacitación sea impartida.

- Asimismo, los usuarios que requieren del servicio que se presta en el CAU del Ministerio de Finanzas Públicas, manifestaron la necesidad de que se agilicen los trámites, es decir que los atiendan con más rapidez, por lo que conviene que se instalen tres computadoras de consultas varias, y que sean ubicadas e identificadas en lugares que se encuentren a la vista del interesado. En estas computadoras podrían realizar consultas previas y así pasar directamente a la ventanilla que le corresponde a efectuar su trámite evitando la pérdida de tiempo.

Esta propuesta tampoco ocasionaría gastos extra debido a que el Ministerio de Finanzas Públicas cuenta con la Dirección de Tecnología de la Información, la cual podría apoyar el proyecto.

- Derivado de la Modernización del Ministerio de Finanzas Públicas y de la necesidad de implementar un mejor servicio en el Centro de Atención al Usuario, con el propósito de innovar las gestiones de información, dentro de la institución, se propone que el personal, que representa la imagen del Ministerio de Finanzas Públicas, se identifique con uniformes.

Se tiene conocimiento que existe un Acuerdo Ministerial en esta dependencia que los faculta a vender el papel de desechos que son manejados como fondos propios y que son utilizados específicamente para la compra de uniformes para el personal operativo. Se propone ampliar el Acuerdo Ministerial para así poder compra uniformes al personal del Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas.

Conclusiones

Después del análisis de los resultados, se presentan las conclusiones siguientes:

1. El Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas no cuenta con políticas administrativas que cumpla con el perfil para la selección de su personal, ya que se observa de forma clara en los datos obtenidos y que son evidenciados a través de las gráficas.
2. En el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas existe personal que trata mal al usuario, es decir que atienden enojados y no demuestran amabilidad para con las personas que se presentan a efectuar sus trámites.
3. Algunas personas que forman parte del personal del Centro de atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas no cuentan con el perfil adecuado para desempeñar el trabajo de comunicación externa, ya que los usuarios consideran que el servicio que prestan es malo.
4. Debido a la falta de capacitación, la mayoría de los trabajadores del CAU, no cuentan con los conocimientos necesarios para desempeñar el cargo de atención al público.
5. La falta de motivación e incentivos, de parte de las autoridades superiores hacia los trabajadores del CAU, se ve reflejada en el comportamiento del personal en el momento de atender al usuario y en el mal servicio que se le presta.
6. Una de las debilidades del CAU es que los trámites no se realizan con rapidez ocasionando que el usuario pierda valioso tiempo y que considere que el servicio es tedioso.

Recomendaciones

1. Considerando que un servidor público debe brindar el mejor servicio a la persona que lo requiere, se recomienda que las autoridades superiores implementen políticas administrativas adecuadas para que seleccionen al personal que cumpla con el perfil necesario para desempeñarse en el Centro de Atención al Usuario (CAU), que es parte vital de la institución.
2. Conviene que las autoridades tengan en cuenta que la capacitación del personal es indispensable para evitar que los usuarios reciban malos tratos y se formen mala imagen acerca del Ministerio de Finanzas Públicas en General.
3. Con el propósito de que se preste un servicio de excelencia, es necesario que los trabajadores se identifiquen con la misión y visión de la institución para que pongan en práctica lo que en ellas se menciona. Por lo tanto, se recomienda que se realicen reuniones periódicas con todo el personal, que forma parte del equipo, y se evalúe, constantemente, el servicio que se está ofreciendo, pues de ello depende el buen resultado.
4. Por todo lo descrito en las conclusiones anteriores, es indispensable fortalecer e implementar los programas de capacitación relacionados con comunicación y relaciones humanas para que los usuarios reciban la atención que se merecen y el personal se desempeñe como debe.
5. También es conveniente que exista un acercamiento por parte de los jefes hacia los subalternos para crear un vínculo de confianza que permita externar temores o incomodidades respecto del trabajo que están desempeñando. Es decir que se deben implementar talleres de trabajo en equipo con el fin de motivar al personal para que se desempeñe de manera responsable brindando cortesía y confiabilidad hacia el usuario.

Referencias bibliográficas

1. **Aceituno Juárez, Samuel.** 2010. Estrategias de comunicación interna para el fortalecimiento de la cultura organizacional de la empresa Construgua. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 95 p.
2. Acuerdo Ministerial Número 21-2011 "A" Guatemala, 01 de marzo de 2011.
3. **Aguilar Calvillo, Dina Maritza.** 2005. Comunicación interpersonal en la atención prenatal en el centro de salud de Amatitlán, municipio del departamento de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 72 p.
4. **Albizurez Palma, Francisco.** 1990. Manual de comunicación lingüística.
5. **Alegría Herrera, Oscar René.** 2003. Propuesta de estrategias comunicacionales interna y externa para crear una imagen positiva del Ministerio de Finanzas Públicas. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 108 p.
6. **Álvarez Cajas, Víctor Manuel.** 1988. Tamaño de la muestra: Procedimientos usuales para su determinación. Tesis de Maestría. México: Universidad Nacional de México. Centro de Estadística y Cálculo. Colegio de Postgraduados.

7. **Armstrong, Michael.** 1990. Gerencia de Recursos Humanos. Colombia: Editorial Legis. 266 p.
8. **Ávila Gonzales, Rafael.** 2004. Crítica de la comunicación organizacional. México: Editorial UNAM. 216 p.
9. **Berlo, David K.** 1986. El proceso de la comunicación introducción a la teoría y la práctica. México: Edición El Ateneo. 239 p.
10. **Coronado, Juan José.** 1992. La comunicación interpersonal más allá de la Apariencia. Primera Edición. 360 p.
11. **Fernández Collado, Carlos.** 1986. La comunicación humana, ciencia social. México: Libros Mc Graw-Hill. 468 p.
12. **Fernández Collado, Carlos.** 1991. La comunicación en las organizaciones. México: Editorial Trillas. 380 p.
13. **García Hernández, Wendy Amarilis.** 2003. La comunicación organizacional en el funcionamiento de merchandising (publicidad en el punto de ventas) de una distribuidora de licores”. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 148 p.
14. **Hernández Morales, Royson Elicerio.** 2009. La comunicación organizacional interna en una empresa de servicios aduaneros en la ciudad de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 73 p.

15. **Homs Quiroa, Ricardo.** 1990. La comunicación en la empresa. México: Grupo Editorial Iberoamericana. 148 p.
16. **Interiano, Carlos.** 1997. Semiología y comunicación. Guatemala: Editores Paz. 186 p.
17. **Interiano, Carlos.** 2002. Elementos de la persuasión. Guatemala: Editorial Estudiantil Fénix. 166 p.
18. **Johansen Bertoglio, Oscar.** 1975. Las comunicaciones y las conductas en las organizaciones. México: Editorial Diana. 255 p.
19. **Leñero, Vicente y Marín, Carlos.** 1986. México: Editorial Grijalbo.
20. **Loverlok, Christopher H.** 739 p.
21. **Manual interno** elaborado por el Centro de Atención al Usuario del Ministerio de Finanzas Públicas. 2011. Guatemala, 21 p.
22. **Marroquín Pérez, Manuel y Villa Sánchez, Aurelio.** 1995. La comunicación interpersonal. Tercera Edición. 154 p.
23. **Mérida González, Aracelly Krisanda.** 2011. Manual para elaborar y presentar la tesis. Guatemala.
24. **Morán Ramírez, Nancy Claribel.** 2003. Diagnóstico de la comunicación organizacional en corporación Reforma. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 121 p.

25. **Poc Alvarado, Marvin Enrique y Tobías Cardona, Diana Elizabeth.** 2012. El impacto de la comunicación asertiva en el desarrollo organizacional. Guatemala. 83 p.
26. **Ramos Padilla, Carlos.** 1991. Un punto de vista organizacional. México: Editorial Trillas. 76 p.
27. **Rodríguez Gómez, Gregorio.** 1976. Metodología de la investigación Cualitativa. 72 p.
28. **Ruiz Cervantes, Mirna Vanessa.** 2009. La comunicación corporativa y su relación con la cultura, la identidad y la imagen empresarial. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 76 p.
29. **Toj Pérez, María Verónica.** 2008. Diagnóstico de la comunicación interpersonal en el departamento de ventas en una empresa privada en la ciudad capital de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 72 p.
30. **Vásquez Díaz, Evelyn Alicia.** 2010. Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 87 p.
31. **Zuluaga Albarrán, Alberto.** 2010. La comunicación como factor determinante en el éxito de los negocios de los productos rurales.

Referencias electrónicas

1. <http://www.bing.com/search?q=QUE+ES+SERVICIO+AL+CLIENTE> 15-03-13
2. [www.portaderelacionespublicas RRPP.net](http://www.portaderelacionespublicas.net) 10-03-13.

ANEXOS

ANEXO 1

Escuela de Ciencias de la Comunicación Universidad de San Carlos de Guatemala

Cuestionario

Como parte de la tesis de grado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala se está realizando un estudio de investigación de campo con el propósito de obtener la opinión de los usuarios que efectúan trámites en el Centro de Atención al Usuario (CAU) del Ministerio de Finanzas Públicas.

Instrucciones:

Se está realizando una encuesta de preguntas cerradas en la cual deberá responder marcando una "X" en la casilla correspondiente, según sea su criterio. Su opinión al respecto es de gran valor.

1. Género

Masculino Femenino

2. Edad

18 a 30 años 31 a 40 años 41 a 50 años
Mayores de 51 años

3. ¿En el momento de ingresar en el Ministerio de Finanzas Públicas, en el Centro de Atención al Usuario (CAU), le indicaron con quién abocarse?

SI NO

4. ¿Qué trámite realiza en el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas?

5. ¿Cómo considera usted que fue la solución que le dieron a sus trámites?

RÁPIDO NORMAL LENTO

6. ¿Si compara la atención que le brindaron con la que recibió en años anteriores, cómo califica la actual?

MEJOR IGUAL PEOR

7. ¿Considera usted que el personal del Centro de Atención al Usuario (CAU) está debidamente capacitado y tiene el suficiente conocimiento en relación con el trámite que está realizando?

SI NO

8. ¿Cómo se comportó la persona que lo atendió?

ATENTA AMABLE DISTRAÍDA ENOJADA

9. ¿Cómo considera el servicio que presta el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas?

EXCELENTE BUENO REGULAR MALO

10. ¿Cómo califica la ubicación y espacio físico del Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas?

BUEN ESPACIO POCO ESPACIO MUCHO ESPACIO

11. ¿De los siguientes aspectos, cuáles considera usted que deberían mejorar en los servicios que presta el Centro de Atención al Usuario (CAU), del Ministerio de Finanzas Públicas?

MEJOR ATENCIÓN CALIDAD DE RESULTADOS
RAPIDEZ EN TRÁMITE MEJORES INSTALACIONES

“GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN”

ANEXO 2

Acuerdo Ministerial

MINISTERIO DE FINANZAS PÚBLICAS
GUATEMALA, C. A.

ACUERDO MINISTERIAL NÚMERO 21-2011 "A"

Guatemala, 1 de marzo de 2011

EL MINISTRO DE FINANZAS PÚBLICAS

CONSIDERANDO

Que el Acuerdo Gubernativo número 394-2008, Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Finanzas Públicas, determina dentro de las atribuciones del Ministro de Finanzas Públicas, la creación de dependencias administrativas del Ministerio.

CONSIDERANDO

Que derivado de la modernización del Ministerio de Finanzas Públicas, y la necesidad de implementar un centro de atención al usuario, para innovar las gestiones de información, ingreso, registro, revisión de los documentos y expedientes que ingresan al referido Ministerio, relacionado con el servicio a las personas, que permita satisfacer oportuna y adecuadamente las necesidades y expectativas de los usuarios, disponiendo de personal e instalaciones adecuadas para dicho fin, por lo que se hace necesario crear una dependencia administrativa que se encargue de realizar tales actividades.

POR TANTO

En ejercicio de las funciones que le confiere los artículos: 194, literales a) y f) de la Constitución Política de la República de Guatemala; 27, literal m) del Decreto número 114-97 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del Organismo Ejecutivo; y 9, numerales 4, 7 y 14 del Acuerdo Gubernativo 394-2008, Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Finanzas Públicas.

ACUERDA

IMPLEMENTAR EL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO.

ARTÍCULO 1. DEL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO. Se implementa el Centro de Atención al Usuario –CAU–, en la estructura funcional de la Dirección de Servicios Administrativos del Ministerio de Finanzas Públicas, con la finalidad de brindar un servicio eficiente sobre la información, registro, revisión de los documentos y expedientes, que ingresan a este Ministerio.

ARTÍCULO 2. FUNCIONES DEL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO –CAU–.

1. Recibir y registrar los documentos y expedientes ingresados a este Ministerio.
2. Distribuir los documentos y expedientes ingresados a este Ministerio.

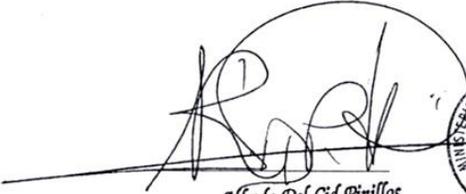
MINISTERIO DE FINANZAS PÚBLICAS
GUATEMALA, C. A.

3. Atender las quejas y reclamos de los usuarios.
4. Informar a los usuarios sobre el estado de su solicitud.
5. Realizar otras funciones similares que le sean asignadas por la Dirección de Servicios Administrativos.

ARTÍCULO 3. DE LOS DOCUMENTOS RECIBIDOS. Todos los documentos y expedientes que se reciban en el Centro de Atención al Usuario –CAU–, serán remitidos a las Direcciones que correspondan, las cuales conforme a la legislación vigente gestionarán y resolverán dichos documentos; asimismo, permitirán que el personal del Centro de Atención a Usuario –CAU–, conozca el estado de dichas gestiones para informar a los usuarios, lo cual contribuirá a mejorar la atención hacia los mismos.

ARTÍCULO 4. VIGENCIA. El presente acuerdo empieza a regir el día siguiente de su emisión.

COMUNÍQUESE


Alfredo Del Cid Pinillos
MINISTRO DE FINANZAS PÚBLICAS




Lidia Lilián Guerra de Cordero
VICEMINISTRA DE FINANZAS PÚBLICAS



