



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

Facultad de Contaduría y Administración

Diagnóstico Administrativo a los Servicios Proporcionados por la Dirección General de Quejas de la Procuraduría Federal del Consumidor.

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION  
P R E S E N T A N  
EDUARDO CAMARENA GAMEZ  
JOSE GOMEZ MAGAÑA



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A MI MADRE:

QUE CON SUS ESFUERZOS HIZO  
POSIBLE LA TERMINACION DE-  
MI CARRERA.

A LA QUE SERA LA COMU  
PAÑERA DE MI VIDA :

QUE CON SU APOYO Y MOTIVACION  
VIO REALIZADA LA TERMINACION-  
DE MI CARRERA .

A MIS HERMANOS:

FERNANDO

VICTOR MANUEL.

## A G R A D E C I M I E N T O

AGRADECEMOS AL LIC. JOR  
GE ALVAREZ ANGUIANO SU-  
VALIOSA COOPERACION EN-  
LA DIRECCION Y REALIZA-  
CION DE ESTE TRABAJO.

AGRADECEMOS TAMBIEN LA VALIOSA  
COOPERACION DEL LIC. ENRIQUE -  
BENJAMIN FRANCKLIN QUE COMO RE  
PRESENTANTE DE ESTA INSTITUCION  
SUPO DARNOS UNA ATENCION INME-  
RECIDA, PROPORCIONANDONOS LOS-  
MEDIOS NECESARIOS DE INFORMA--  
CION PARA LA REALIZACION DE ES  
TE TRABAJO.

# I N D I C E

## INTRODUCCION

### CAPITULO I.

1.1.- ANTECEDENTES

1.2.- MARCO LEGAL

1.2.1.-CREACION

1.2.2.. JURISDICCION

1.2.3.-ATRIBUCIONES

1.2.4.-VIGILANCIA

1.2.5.-AUTORIDAD

1.2.6.-MEDIOS DE APREMIO

1.3.- OBJETIVOS

1.4.- ESTRUCTURA ORGANICA

1.5.- ORGANIGRAMA

### CAPITULO II

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION



## 2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

### 2.1.1. DETERMINACION DE OBJETIVOS

2.1.1.1. OBJETIVOS GENERALES

2.1.1.2. OBJETIVOS PARTICULARES

2.1.1.3. POLITICAS

2.1.1.4. MEDIOS

### 2.1.2. DETERMINACION DEL PROGRAMA DE TRABAJO

### 2.1.3. OBSERVACION INICIAL

### 2.1.4. FORMULACION DEL PROGRAMA

### 2.1.5. FORMULACION DE LA HIPOTESIS

## 2.2. DISEÑO DE LA PRUEBA

### 2.2.1. COMPROBACION DE LA HIPOTESIS

### 2.2.2. RECOLECCION DE DATOS

2.2.2.1. DETERMINACION DEL UNIVERSO

2.2.2.2. DETERMINACION DEL No. DE ENTREVISTAS

2.2.2.3. DETERMINACION DE LA MUESTRA

2.2.2.4. DISEÑO DEL CUESTIONARIO PILOTO

2.2.2.5. DISEÑO DEL CUESTIONARIO DEFINITIVO

## 2.3. REALIZACION DEL TRABAJO DE CAMPO

2.3.1. SISTEMA DE RECOLECCION DE DATOS

2.3.2. PROCESAMIENTO DE DATOS

2.3.3. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

## CAPITULO III

3.1. AUDITORIA ADMINISTRATIVA DE LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS.

3.1.1. ATENCION AL PUBLICO QUE ACUDE ALA PROCURADURIA

3.1.2. CONOCIMIENTO DEL TIEMPO NECESARIO PARA RECIBIR UNA QUEJA.

3.1.3. TIEMPO REAL DE RECEPCION DE UNA QUEJA

3.1.4. OPINION DEL PERSONAL SOBRE EL MATERIAL DE TRABAJO NECESARIO PARA CUMPLIR SUS FUNCIONES.

3.1.5. MATERIAL DE TRABAJO NECESARIO PARA LA DIRECCION.

3.1.6. POSIBILIDAD DE ATENCION AL PUBLICO DE ACUERDO A LA DISTRIBUCION DE LA DIRECCION.

3.1.7. SOLUCION A LOS PROBLEMAS QUE PRESENTAN LOS -  
CONSUMIDORES.

3.1.8. ORGANOS O PERSONAS A LOS QUE ACUDE EL PERSONAL EN CASO DE DUDA EN EL TRAMITE.

3.1.9. OPINION DEL PERSONAL SOBRE LA POSIBILIDAD DE ATENDER AL PUBLICO CON LOS RECURSOS ACTUALES

3.1.0.1. EXISTENCIA DE CANALES DE COMUNICACION EN LA DIRECCION

3.1.0.2. CAPACITACION PROPORCIONADA AL PERSONAL

3.1.0.3. FRECUENCIA DE LAS REUNIONES INTERDEPARTAMENTALES.

3.1.0.4. COMUNICACION DE LAS RESOLUCIONES A LOS PROBLEMAS INTERNOS.

3.1.0.5. RELACIONES DE TRABAJO EN LA DIRECCION.

3.1.0.6. QUE ESPERAN DE LA PROCURADURIA LOS INTEGRANTES DE LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS.

3.1.0.7. SUGERENCIAS DEL PERSONAL DE QUEJAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE SU DIRECCION.

## CAPITULO IV

4.1.- ENCUESTA REALIZADA AL PUBLICO CONSUMIDOR QUE ACUDE A LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS.

4.1.1. ATENCION RECIBIDA.

4.1.2. TIEMPO PROMEDIO DE RECEPCION DE UNA QUEJA

4.1.3. OPINION DEL MATERIAL DE TRABAJO CON QUE CUENTA LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS

4.1.4. SOLUCION A LOS PROBLEMAS DE LOS CONSUMIDORES EN CUANTO A LA RECEPCION Y TRAMITE DE LA QUEJA.

4.1.5. OPINION DE LA CAPACIDAD DE TRABAJO QUE TIENEN LAS PERSONAS QUE LABORAN EN LA DIRECCION

4.1.6. LA COMUNICACION AL SERVICIO DE LOS CONSUMIDORES

4.1.7. UBICACION DE LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS

4.1.7.1. OPINION SOBRE LA DECENTRALIZACION DE LA DIRECCION

4.1.8. TIEMPO PROMEDIO DE ACCESO A LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS

4.1.9. MEDIOS DE PUBLICIDAD MAS UTILIZADOS PARA LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA .

CAPITULO V

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA .

INTRODUCCION

El Gobierno de México, ha mostrado su creciente interés en la depuración de las políticas, sistemas e instrumentos vigentes de la Administración Pública, a través de las afirmaciones del C. Presidente de la República, en el sentido de que se proceda a una inmediata revisión de la actual Administración, para exponer los defectos y obstáculos que impiden un mejor y más eficiente ejercicio de las funciones administrativas del Estado.

Es por tanto oportuno y necesario el desarrollo de fórmulas resolutivas adecuadas y expeditas, cuya aplicación conduzcan a la mejoría y optimización de la Administración Pública.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, coloca al Estado como una Organización de Servicio, comprometida en una permanente tarea de atender y satisfacer las necesidades fundamentales de la sociedad.

La Administración Pública, es el instrumento diseñado para que el Estado cumpla con los preceptos constitucionales y la legislación que rigen y mantienen dentro de un orden jurídico a la sociedad Mexicana.

Así mismo, la Administración Pública, de ---



acuerdo a las atribuciones legales que le han sido conferi  
das, debe vigilar el que dichos preceptos sean observados-  
en todo el ámbito de la Nación y constituir el aparato Ins-  
titucional que promueva el desenvolvimiento económico, po-  
lítico y social.

Por lo tanto, es de gran significación e im-  
portancia, que el sistema administrativo público alcance -  
la mayor eficiencia en su operación.

Una vez determinado dicho programa, se consi-  
deró conveniente en la Procuraduría Federal del Consumidor,  
hacer una revisión de estos aspectos Administrativos en la  
Dirección General de Quejas, por ser ésta una de las Depen-  
dencias más complejas en su contexto y que mayor demanda -  
tiene por parte de la ciudadanía; ya que la problemática -  
que se venía presentando, según información proporcionada-  
por funcionarios de la Procuraduría, estaba originando al-  
gunas fallas en su operación interna.

Por este motivo se aplicó una Auditoría Admi-  
nistrativa tendiente a proporcionar elementos de juicio a-  
los superiores de la Institución, sobre los posibles cur-  
sos alternativos de acción para enfrentar adecuadamente y-  
en forma concreta los aspectos susceptibles de mejoría.

En primer lugar se diseñaron las cédulas y los catálogos codificadores para la captación de la opinión del personal adscrito a esta Dirección considerándose necesario hacer la división de trabajo a dos niveles; Ejecutivo y Operativo, lo cual haría posible el cruce de respuestas para lograr una interpretación integral de los renglones más significativos para efectos del estudio.

Posteriormente se determinó en forma estadística, que por ser un número reducido de personal en la Dirección, se podría estudiar al Universo en su conjunto.

En la fase siguiente se aplicó la prueba de campo, utilizando la técnica de la entrevista dirigida, -- por considerar ésta la más efectiva para captar la información de acuerdo con los marcos de referencia preestablecidos.

De las reflexiones anteriores, se desprende la necesidad de que la organización y los procedimientos de la Administración Pública corresponden a sus objetivos y cumplan las funciones que le han sido atribuidas.

El interés básico de este ensayo, es que las proposiciones derivadas del análisis selectivo de los pro-

blemas, se interpreten como una aportación técnica, destinada a auxiliar el proceso de Reforma Administrativa.

Considerando lo anterior, el enfoque de este trabajo se concentrará fundamentalmente al área administrativa que corresponde a la Dirección General de Quejas de la Procuraduría Federal de Consumidor debido a que fué -- ésta la que despertó nuestro mayor interés por ser de reciente creación con el objetivo general para proteger a la población consumidora y vigilar el cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Asimismo consideramos de importancia iniciar la presente investigación con una visión clara de los antecedentes históricos, así como también un pequeño estudio de la Ley Federal de Protección al Consumidor y de la creación de la propia Procuraduría dentro de la misma Ley.

Una vez dado este panorama general de la Procuraduría, en el Capítulo I se procedió a diseñar la metodología para realizar nuestra Auditoría Administrativa. -- Este diseño queda integrado en el Capítulo II; donde se explican nuestros objetivos, políticas y medios, así como la determinación de nuestro programa de trabajo.

Por último se procesaron y analizaron todos los datos recabados, desprendiendo de ellos las gráficas y recomendaciones que aparecen en forma desglosada y sistemática en el estudio, siguiendo como pauta el orden de las preguntas, quedando así integrado el Capítulo III.

Una vez terminada la Auditoría Administrativa de la Dirección General de Quejas y dando nuestros diagnósticos y recomendaciones a cada punto que consideramos de importancia, procedimos a elaborar el Capítulo IV, por ser de nuestro interés conocer la Opinión Pública acerca de la Procuraduría, y procedimos a sacar una muestra representativa de la población consumidora que ha solicitado un determinado servicio a la Dirección General de Quejas, por ser ésta el área de nuestra investigación y así poder hacer una comparación entre la eficiencia de los servicios que presta dicha Dirección y las demandas de los consumidores, para así poder tener una idea más clara de los recursos con que cuenta la Dirección General de Quejas, así como su capacidad Administrativa para satisfacer las necesidades de la población consumidora.

Una vez hecha esta comparación procedimos a plasmar nuestras conclusiones en el Capítulo V teniendo la convicción de que el presente trabajo contribuirá de alguna manera a subsanar o superar algunas de las fallas o li-

mitantes existentes en la Procuraduría Federal del Consumidor, por lo que se refiere al servicio directo que se presta a los consumidores.

CAPITULO I  
ANTECEDENTES

## CAPITULO I

### ANTECEDENTES

#### 1. HISTORICOS

Leyendo la "Conquista de la Nueva España" encontramos algo muy interesante que se puede relacionar -- como antecedente de la Ley Federal de Protección al Consumidor. El cronista Bernal Díaz del Castillo narra en esta obra la Visita que hizo al tianguis en 1519.

Con sorprendente minuciosidad cuenta como -- los comerciantes llevaban a vender mercancías de todo tipo: frijoles, legumbres, conejos, venados, loza, mantas de henequén, zapatos, cosas de hilo torcido, papel, pescado, tabaco, hierbas medicinales y muchas mercancías más. Al tianguis llegaban de todas partes del Imperio unos a vender y otros a comprar.

Más adelante señala el cronista " quedamos -- admirados del gran concierto y regimiento que tenían". El tianguis estaba regido por 3 jueces y tres alguaciles ejecutores; ellos eran los encargados de que se guardara ese gran concierto y regimiento. Cuando surgía una discusión indagaban cualquier acto de abuso de los vendedores hacia-

los compradores y castigaban fuertemente a los comercian—  
tes abusivos.



## 1.2. M A R C O L E G A L .

### CREACION DE LA PROCURADURIA DENTRO DE LA LEY.

Tomando en consideración que el objeto de nuestro estudio no pretende analizar la Ley Federal de Protección al Consumidor los artículos que se enuncian a continuación solo nos servirán para conocer las características de como fué creada la Procuraduría dentro de esta Ley.

## CREACION DE LA PROCURADURIA DENTRO DE LA LEY

### 1.2.1. CREACION.

La Procuraduría Federal del Consumidor se crea como organismo descentralizado de servicio social en el Artículo 57 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, - con funciones de autoridad con personalidad jurídica y patrimonio propio, "Para promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora".

### 1.2.2. JURISDICCION.

El Artículo 58 establece: El Domicilio de la Procuraduría será la Ciudad de México, con delegaciones en cada Estado, así como en los lugares que se considere necesario, los Tribunales Federales serán competentes para resolver todas las controversias en que sea parte la Procuraduría toda clase de autoridades Federales, Estatales, Municipales, así como las organizaciones de los consumidores - de acuerdo con lo que disponga el reglamento respectivo.

### 1.2.3. ATRIBUCIONES.

El Artículo 59 de la mencionada Ley, le confiere a la Procuraduría Federal del Consumidor las siguientes atribuciones:

- I.- Representar los intereses de la población consumidora ante toda clase de autoridades administrativas, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan, encaminados a proteger el interés del consumidor.
  
- II.- Representar colectivamente a los consumidores en -- cuanto tales, ante Entidades y organizaciones privadas y ante los proveedores de bienes o prestadores -- de servicios.
  
- III.- Representar a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales, previo el mandato correspondiente, -- cuando a juicio de la Procuraduría la solución que -- pueda darse al caso planteado llegase a trascender -- al tratamiento de intereses colectivos.

- IV.- Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección del consumidor.
- V.- Proporcionar asesoría gratuita a los consumidores.
- VI.- Denunciar ante las autoridades competentes los ca sos de violación de precios, normas de calidad, - peso, medida y otras características de los productos y servicios, que lleguen a su conocimiento.
- VII.- Denunciar ante las autoridades competentes los ca sos en que se presuma la existencia de prácticas monopólicas o tendientes a la creación de monopolios así como las que violan las disposiciones -- del Artículo 28 Constitucional y sus leyes reglamentarias.
- VIII.- Conciliar las diferencias entre proveedores y con sumidores fungiendo como amigable componedor y, - en caso de reclamación contra comerciantes, indus triales, prestadores de servicios, empresas de -- participación estatal, organismos descentraliza-- dos y demás órganos del Estado, deberán observarse las siguientes reglas:

- a).- El reclamante deberá acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor la que pedirá un informe a la persona física o moral contra la que hubiere presentado la reclamación.
  
- b).- La Procuraduría Federal del Consumidor citará a las partes a una junta en la que exhortará a conciliar sus intereses y si esto no fuese posible para que voluntariamente la designen árbitro. Se hará constar en acta que se levante ante la Procuraduría según sea el caso, ó los términos de la conciliación, ó el compromiso arbitral.
  
- c).- El compromiso arbitral se desahogará conforme al procedimiento que convencionalmente fijen las partes y, supletoriamente de acuerdo con las disposiciones relativas de la legislación ordinaria.
  
- d).- Las resoluciones de la Procuraduría como amigable componedor ó como árbitro, que se dicten en el curso del procedimiento admitirán el recurso de revocación. El laudo arbitral sólo admitirá aclaración del mismo.

e).- Cuando se falte al cumplimiento voluntario - de lo convenido en la conciliación o del laudo arbitral el interesado deberá acudir a la jurisdicción ordinaria, para la ejecución de uno u otro instrumento.

f).- Si alguna de las partes no estuviere de acuerdo en designar árbitro a la Procuraduría, podrá hacer valer sus derechos ante los tribunales competentes: para estos exigirán como requisito para su intervención, una constancia de que se agotó el procedimiento conciliatorio a que se refiere el inciso b.- Dicha constancia deberá expedirse por la Procuraduría en un máximo de 3 días siguientes a la fecha de su solicitud.

IX.- Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que lleguen a su conocimiento y que puedan ser constitutivos de delito.

X.- Excitar a las autoridades competentes a que tomen las medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores ó de la economía popular.

- XI.- Denunciar ante las autoridades correspondientes y además, en su caso ante el superior jerárquico de las autoridades responsables, los hechos que lleguen a su conocimiento, derivados de la aplicación de esta Ley que puedan constituir delitos, faltas, negligencias u omisiones oficiales.
- XII.- Hacer del conocimiento del Instituto Nacional del Consumidor, cuando lo juzgue conveniente, las excoltitativas que haga a las autoridades en los términos de la Fracción X de este artículo.
- XIII.- En general, velar en la esfera de su competencia por el cumplimiento de esta Ley y de las disposiciones que de ella emanen.
- Art. 62.- La Procuraduría Federal del Consumidor, solicitará a la autoridad administrativa competente que regule la venta de productos ó la prestación de servicios cuando por causas inherentes a dichos productos o servicios, o a su empleo inadecuado o anárquico se deriven efectos perniciosos para la sociedad en general o para la salud física o psíquica de los consumidores.

Las resoluciones que dicten las autoridades administrativas en los términos de este artículo, son de interés social y de origen público para los efectos que se mencionen en el Artículo 124 de la Ley de amparo reglamentario de los artículos 103 y 107 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

#### 1.2.4. VIGILANCIA

Art. 63 La Procuraduría Federal del Consumidor vigilará que los contratos de adhesión no contengan cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores o les impongan obligaciones inequitativas.

La misma atribución se ejercerá respecto a las cláusulas uniformes, generales o estandarizadas de los contratos hechos en formularios, machotes o reproducciones en serie mediante cualquier procedimiento, y en general cuando dichas cláusulas hayan sido redactadas unilateralmente por el proveedor del bien o servicio sin que la contraparte tuviera posibilidad de discutir su contenido.



Cuando los contratos a que se refiere este artículo hubieran sido autorizados o aprobados, conforme a las disposiciones legales aplicables por otra autoridad, ésta tomará las medidas pertinentes previa audiencia del proveedor, para la clasificación de su clausulado, a noción de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Cuando los contratos en cuestión no requieren autorización o aprobación por parte de alguna Dependencia -- del Ejecutivo Federal, la Procuraduría en representación -- del interés colectivo de los consumidores gestionará en un plazo no mayor de 5 días a partir de que conozca el caso, -- ante el o los proveedores respectivos, la modificación de su clausulado para ajustarlo a la equidad en caso de no obtenerse en el término de 30 días un resultado satisfactorio, la Procuraduría podrá:

- a).- Hacer del conocimiento del público para su debida advertencia a través del Instituto Nacional del Consumidor su opinión respecto del contrato de que se trate.
  
- b).- Demandar judicialmente la nulidad de las cláusulas en cuestión.

- c).- Elevar a la consideración del Ejecutivo Federal las medidas conducentes para regular el contenido de los contratos a que éste proyecto se refiere.

La Procuraduría Federal del Consumidor vigilará también lo relativo a lo que se refiere el art. 64 de la Ley.

Art. 64 todo contrato de adhesión, así como aquellos que sean hechos en machotes o formularios o en serie mediante cualquier procedimiento deberán ser escritos integramente en idioma español y con caracteres legibles a simple vista para una persona de visión normal.

El consumidor podrá demandar la nulidad del contrato o de las cláusulas que contravengan esta disposición.

#### 1.2.5. AUTORIDAD

El Art. 65 de la Ley establece que las autoridades, proveedores y consumidores están obligados a proporcionar a la Procuraduría Federal del Consumidor en un plazo no mayor de quince días o en el que la misma señale, --

los datos e informes que solicita por escrito y que sean -  
conducentes para el desempeño de su función.

Implicando dicha obligación un atributo en favor-  
de la Procuraduría de instar a las autoridades al cumpli-  
miento de estas obligaciones.

#### 1.2.6. MEDIOS DE APREMIO.

El art. 66 establece:

" La Procuraduría Federal del Consumidor para el-  
desempeño de las funciones que le atribuye la Ley podrá em-  
plear los siguientes medios de apremio ".

I.- Multa hasta de veinte mil pesos

II.- El auxilio de la fuerza Pública.

Si fuere insuficiente el apremio, se procedería -  
contra el rebelde por delito en contra de la autoridad.

FUENTE: LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

### 1.3. OBJETIVOS DE LA PROCURADURIA

Es fundamental para nuestro estudio el conocer no solo las características que tiene la Institución de la cual estamos hablando si no también sus finalidades así como los objetivos que persiguen de los cuales hablaremos en este punto.

## OBJETIVOS

Velar por el estricto cumplimiento y la mayor eficiencia en la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en la representación individual o colectiva de la población consumidora ante toda clase de autoridades, entidades, organismos privados proveedores de bienes o -- prestadores de servicios, dentro de la esfera de su competencia.

Obtener la máxima eficiencia en el funcionamiento de la Procuraduría, a través de la instrumentación de reformas administrativas que permitan el mejor cumplimiento de las atribuciones que tiene encomendadas.

#### 1.4. ESTRUCTURA ORGANICA DE LA PROCURADURIA

Es también de nuestro interés dar a conocer en este capítulo un resumen acerca de la estructura orgánica de la Procuraduría Federal del Consumidor y mencionar también el organigrama de este organismo público.

1.4 ESTRUCTURA ORGANICA.

1.0. PROCURADOR.

1.0.1. Comisión Interna de Administración.

1.0.2. Unidad de Difusión y Relaciones Públicas.

1.0.3. Asesoría.

1.1. SUB-PROCURADOR EJECUTIVO.

1.1.1. Unidad de Organización y Sistemas.

1.1.2. Unidad de Control.

1.1.3. Dirección General de Administración.

1.1.3.1. Unidad de Orientación e Información.

1.1.3.2. Departamento de Recursos Financieros.

1.1.3.3. Departamento de Recursos Materiales.

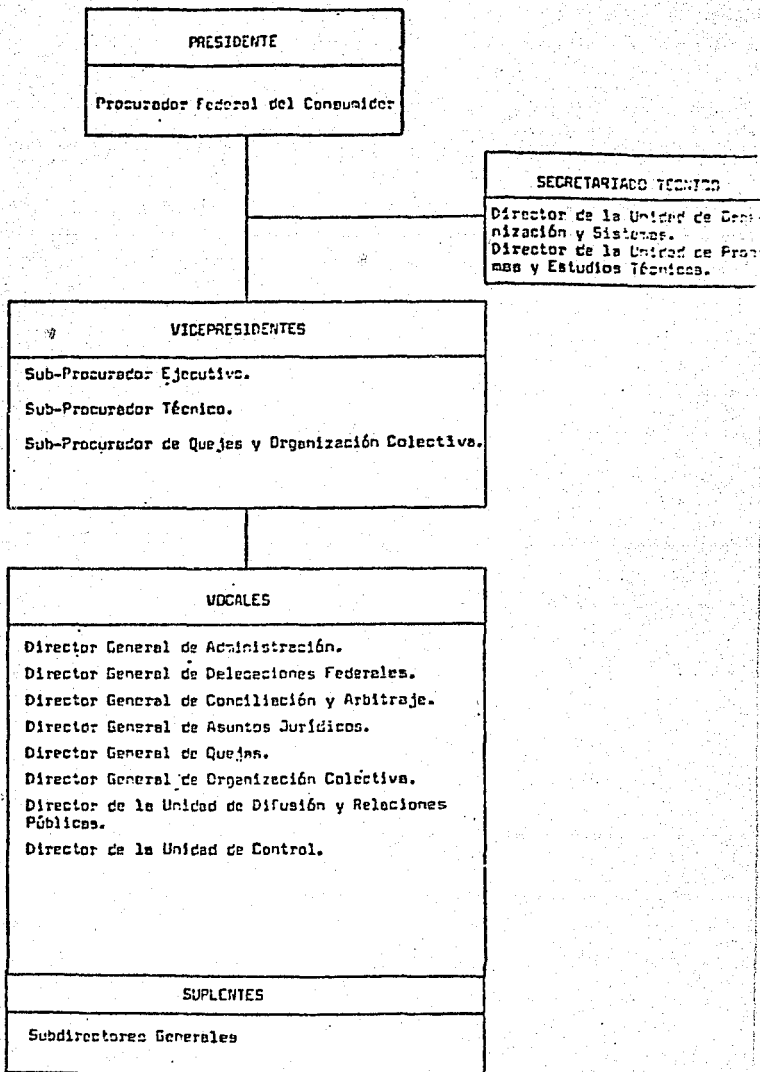
- 1.1.4. Dirección General de Delegaciones Federales.
- 1.1.4.1. Sub-Dirección General de Delegaciones Federales.
- 1.1.4.1.1. Departamento de Operación.
- 1.1.4.2. Delegaciones Federales.
  
- 1.2. SUB-PROCURADOR TECNICO.
- 1.2.1. Unidad de Programación y Estudios Técnicos.
- 1.2.2. Dirección General de Conciliación y Arbitraje.
- 1.2.2.1. Subdirección General de Conciliación y Arbitraje.
- 1.2.2.1.1. Departamento de Conciliación.
- 1.2.2.1.2. Departamento de Arbitraje.
- 1.2.3. Dirección General de Asuntos Jurídicos.
- 1.2.3.1. Subdirección de lo Contencioso.



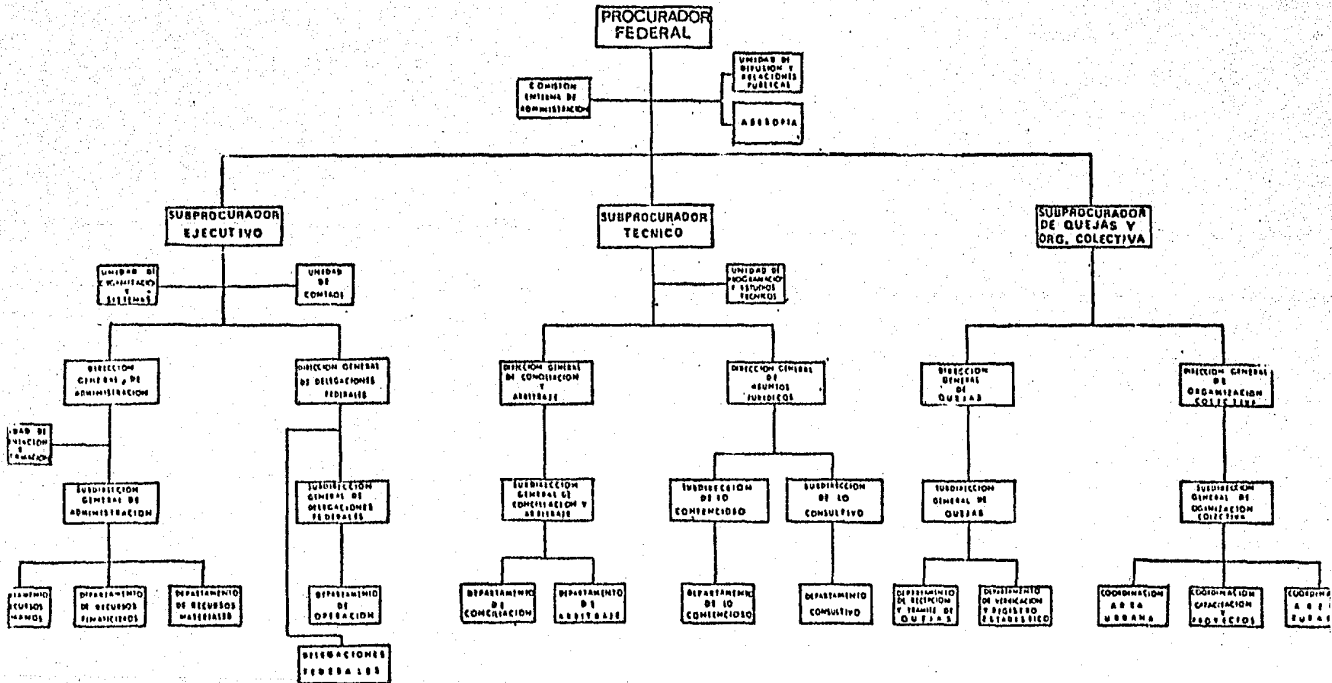
- 1.2.3.1.1. Departamento Contencioso.
- 1.2.3.2. Subdirección de lo Consultivo.
- 1.2.3.2.1. Departamento Consultivo.
  
- 1.3. SUB-PROCURADOR DE QUEJAS Y ORGANIZACION COLECTIVA
  - 1.3.1. Dirección General de Quejas.
    - 1.3.1.1. Subdirección General de Quejas.
      - 1.3.1.1.1. Departamento de Recepción y - Trámite de Quejas.
      - 1.3.1.1.2. Departamento de Verificación y Registro Estadístico.
    - 1.3.2. Dirección General de Organización Colectiva.
      - 1.3.2.1. Subdirección General de Organización Colectiva.
        - 1.3.2.1.1. Coordinación de Area Urbana.
        - 1.3.2.1.2. Coordinación de Capacitación y Proyectos.
        - 1.3.2.1.3. Coordinación del Area Rural.

COMISION INTERNA DE ADMINISTRACION DE LA PROCURADURIA  
FEDERAL DEL CONSUMIDOR

28



# PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR



## CAPITULO II

## METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

## CAPITULO II

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

#### 2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.

##### 2.1.1 DETERMINACION DE OBJETIVOS.

Estimamos conveniente recordar antes de definir - los objetivos de la investigación así como las políticas y medios para alcanzarlos, que el propósito de este trabajo es el de hacer un balance entre los Recursos Materiales - Técnicos y Humanos con que cuenta la Dirección General de Quejas de la Procuraduría Federal del Consumidor para la - prestación de sus servicios; y la eficiencia en la resolución de las demandas de los consumidores.

##### 2.1.1.1. OBJETIVOS GENERALES.

###### 2.1.1.1.1. 1o. OBJETIVO.

Conocer a través de un diagnóstico administrativo la capacidad que tiene la Dirección General de Quejas de - prestar un servicio eficiente a la población consumidora.

#### 2.1.1.1.2. 2o. OBJETIVO.

Conocer la imagen de la Dirección General de Quejas que tienen los consumidores que han solicitado un servicio.

#### 2.1.1.2. OBJETIVOS PARTICULARES.

##### 2.1.1.2.1. 1o. OBJETIVO.

Tener una visión clara de la creación y funcionamiento de la Procuraduría Federal del Consumidor.

##### 2.1.1.2.2. 2o. OBJETIVO.

Conocer la imagen que tiene el personal de la Dirección General de Quejas en relación al funcionamiento interno de la misma.

#### 2.1.1.3. POLITICAS.

Nuestras políticas fueron las siguientes:

2.1.1.3.1. Mantener relaciones con el departamento de Organización de la Procuraduría.

2.1.1.3.2. Ejercer un control eficiente de la información obtenida.

2.1.1.3.3. Procurar la mayor eficiencia y oportunidad en las intervenciones de las diferentes áreas estudiadas.

2.1.3.4. Obtener la información más representativa adecuada al objetivo.

#### 2.1.1.4. MEDIOS.

Para obtener la información más representativa y poder conocer el funcionamiento interno de la Procuraduría, mantuvimos relaciones estrechas con la Unidad de Organización y Sistemas.

El diagnóstico Administrativo de la Dirección General de Quejas se obtuvo a través de las opiniones del personal tanto a nivel directivo como a nivel operativo.

Así como colateralmente con la Subprocuraduría ejecutiva y el Instituto del Consumidor.

Por último la imagen de la Dirección General de -

Quejas, se detectó a través de una encuesta entre los consumidores usuarios.

Con objeto de emprender la investigación que nos ocupa y preveer, dentro de lo posible, no solo el curso general que se seguirá sino los problemas más importantes — que pudieran encontrarse, así como evitar el subjetivismo — en nuestras observaciones, se determinaron a través de una metodología todos los pasos relativamente detallados, que se siguieron para alcanzar los objetivos de este trabajo.

#### 2.1.2. DETERMINACION DEL PROGRAMA DE TRABAJO.

Para la programación de este trabajo se tomó como base la duración de un semestre de clases dentro de la Universidad Nacional Autónoma de México. Se iniciaron las actividades el 15 de Noviembre de 1976 y se finalizó el 15 de Junio de 1977, por lo tanto se estableció un período de trabajo de 30 semanas.

#### 2.1.3. OBSERVACION INICIAL.

La observación directa y el intercambio de ideas con las personas que entrevistamos en la Procuraduría Federal del Consumidor nos dió la base para encontrar las prin



cipales diferencias y anomalías que existían ahí y así poder encauzar nuestra investigación hacia los puntos de mayor importancia en las áreas previamente escogidas.

Las primeras intervenciones que se hicieron en la Procuraduría fueron determinadas al azar, debido a nuestro interés de conocer el funcionamiento de la Institución en su conjunto.

Una vez realizada la visita general, nos pusimos en contacto directo con el Sub-Procurador Técnico quien -- muy amablemente nos consideró y expuso las deficiencias -- que a su juicio, eran de mayor importancia dentro de su -- área; mismas que por no ser esta investigación, una Auditoría Administrativa general de la Procuraduría Únicamente -- se tomaron para formular nuestras conclusiones.

Nuestra segunda intervención fué con el Director de Organización y Sistemas a quien le damos nuestro más -- profundo agradecimiento, que fué quien nos dio un gran apoyo, así como información acerca de las deficiencias que -- existen en la Procuraduría, y de cuyo análisis concluimos -- en investigar a la Dirección General de Quejas por ser -- ésta el eje de la Procuraduría.

#### 2.1.4. FORMULACION DEL PROBLEMA.

Las observaciones realizadas nos llevaron a formular dos problemas o preguntas, cuya urgencia las puso de relieve para ser estudiadas.

- 1.- Siendo la Procuraduría un organismo de reciente creación, ¿tiene en su departamento de quejas los recursos necesarios para poder satisfacer eficientemente las demandas de la población consumidora?
- 2.- ¿Que imagen tiene la población consumidora que acude a la Procuraduría Federal del Consumidor para demandar un servicio, de la eficiencia con que la Dirección General de Quejas les satisface sus demandas?

#### 2.1.5. FORMULACION DE LA HIPOTESIS.

Siendo la hipótesis una proposición enunciada para responder tentativamente a un problema, su principal utilidad fue haber sido guía orientadora en la investiga--

ción y determinante de los objetivos perseguidos citados anteriormente.

Las hipótesis planteadas fueron las siguientes:

- 1.- La Procuraduría Federal del Consumidor está consciente de que los recursos con que cuenta la Dirección General de Quejas son insuficientes para dar un servicio óptimo, sin embargo, debido a -- muy diversos motivos ( restricciones tanto presupuestales como legales, como también falta de experiencia y capacidad para satisfacer las demandas ) les ha sido difícil atender los requerimientos de una población consumidora que cada día hace valer más sus derechos.
  
- 2.- Los consumidores no tienen una idea clara de los servicios que la Procuraduría Federal del Consumidor les pueda ofrecer, así como también un desconocimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y es por ello que acuden a la Dirección General de Quejas con la creencia de que ésta puede resolverles todos sus problemas.

## 2.2. DISEÑO DE LA PRUEBA.

### 2.2.1. SELECCION DE TECNICAS DE COMPROBACION DE LA HIPOTESIS.

Como la probabilidad de la aplicación de una sola técnica de investigación dará un resultado significativo para comprobar o rechazar las hipótesis de nuestro trabajo, fué necesario que además de la técnica de campo seleccionada, se complementará con la técnica documental que permitió comparar los resultados obtenidos en la encuesta, con artículos de diversos periódicos, así como informes y escritos proporcionados por el Instituto del Consumidor.

### 2.2.2. SELECCION DE TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS.

Entre las técnicas de recolección de datos existentes, la técnica que se encontró más idónea para recolectar datos fue la entrevista dirigida.

Una vez señalada la técnica se optó por determinar:

- El Universo.
- La Muestra.
- El No. de Entrevistas.

#### 2.2.2.1. DETERMINACION DEL UNIVERSO.

Podemos decir que Universo es la totalidad de elementos que reúnen ciertas características homogéneas las cuales son objeto de una investigación.

Para atacar el primer objetivo de la Investigación o sea el Diagnóstico Administrativo de la Dirección General de Quejas, se consideró como Universo al personal que trabaja en dicha Dirección en sus 2 niveles:

- Nivel Operativo
- Nivel Ejecutivo.

En consecuencia la Investigación se realizó en todo el Universo.

Ya hemos señalado también que el otro objetivo de nuestro estudio es detectar la Imagen de la Dirección General de Quejas:

Para detectar el Universo del público o usuario de los servicios que presta la Dirección se calculó el número de usuarios a través de la técnica de muestreo de distribución binomial y que se explicará a continuación.

#### CUADRO 1

### UNIVERSO

NUMERO DE PLAZAS EN LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS

NIVEL OPERATIVO

NIVEL EJECUTIVO

## 2.2.2.2. DETERMINACION DE LA MUESTRA.

Con el propósito de obtener la información más representativa que permitiera cumplir con los objetivos que interesan a esta investigación se aplicaron las técnicas de muestreo idóneas con las que se obtuvo posteriormente el número de entrevistas indicado para los niveles o estratos comprendidos en cada uno de los objetivos.

CASO A. De acuerdo a la Investigación aplicada al Universo (Dirección General de Quejas) se llevaron a efecto 85 entrevistas.

CASO B. Para determinar la muestra del público, se consideró como una población dicotómica en donde, la probabilidad de tener noticias a cerca de los servicios que presta la Dirección General de Quejas es mayor que 20.

Para este caso se considera :

$$n = \frac{P Q}{L^2}$$

$n$  = tamaño de la muestra

$p$  = tanto por uno estimado, del público que puede contestar afirmativamente.

$q$  = tanto por uno estimado, del público que puede contestar en forma negativa a la primera pregunta.

$L^2$  = margen de error estimado al cuadrado.

Determinación del tamaño de la muestra del público consumidor que acude a la Procuraduría Federal del Consumidor.

FORMULA

$$n = \frac{P Q}{L^2}$$

DATOS

$$p = 90 \%$$

$$q = 10 \%$$

$$L^2 = 2 \%$$



## SUSTITUCION

$$\frac{n = 90 \times .10}{(.02)^2} = 225 \text{ Entrevistas}$$

$$(.02)^2$$

2.2.2.3. DISEÑO DEL CUESTIONARIO PILOTO.

Como la técnica de la entrevista dirigida debe seguir un procedimiento fijado de antemano por un cuestionario, esto es por una serie de preguntas, fue necesario diseñar varios cuestionarios de prueba.

Tomando en consideración los diferentes grupos que se deseaba entrevistar, la finalidad de las entrevistas y el tipo de datos que se deseaba recabar, se logró a través de un procedimiento estricto de diseñar los cuestionarios necesarios para la investigación.

Para prever dificultades al momento de realizar la encuesta definitiva y lograr conocer a fondo el problema, se realizó una prueba de campo que permitió administrar experimentalmente los cuestionarios a un pequeño gru-

po de personas para verificar la fidedignidad, operativa y validez de los mismos, con posibilidades de rectificarlos antes de ser administrados a la muestra grande.

#### 2.2.2.4. DISEÑO DE CUESTIONARIOS DEFINITIVOS.

Una vez fijados los preámbulos metodológicos ya mencionados, se procedió al diseño de los cuestionarios definitivos estudiando los tipos, el orden, los grupos de preguntas y la formulación de las mismas, para lo cual se preparó un listado con los objetivos que se pretendían alcanzar con cada una de ellas.

### 2.3. REALIZACION DEL TRABAJO DE CAMPO

#### 2.3.1. SISTEMA DE RECOLECCION DE DATOS.

Para obtener información válida y oportuna, se solicitó por medio de una carta dirigida a la Procuraduría Federal del Consumidor, su amplia colaboración con objeto de que se permitiera aplicar la encuesta a los diferentes niveles de estudio.

Hay que destacar que para la resolución de los cuestionarios se contó en todo momento con un amplio apoyo y colaboración por parte de los titulares de los mismos.

### 2.3.2. PROCESAMIENTO DE DATOS.

Para tabular la información recabada en la encuesta se utilizó el sistema manual que consiste en traspasar a hojas tabulares las preguntas y las respectivas variables de los cuestionarios, dejando espacios para marcar las posibles respuestas.

Con objeto de utilizar el sistema de tabulación de la mejor forma posible y habiendo tomado en cuenta las respuestas de los cuestionarios piloto se diseñaron catálogos de códigos que permitieron realizar la codificación o clasificación de los datos contenidos en los cuestionarios definitivos.

### 2.3.3. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

Después de haberse hecho con los datos numéricos de la variable todas las manipulaciones necesarias para des

cubrir los resultados de la encuesta, se analizó e interpretó la información procesada dividiendo esta en dos grupos, de acuerdo con los niveles estudiados, es decir de la siguiente forma:

- 1.- Análisis e interpretación de resultados de los grupos Directivos y Operativos.
- 2.- Análisis e interpretación de resultados del grupo de público consumidor.

## C A P I T U L O     I I I

AUDITORIA ADMINISTRATIVA A LA DIRECCION GENERAL  
DE QUEJAS DE LA  
PROCURADURIA FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

Fue la Dirección General de Quejas la sección de la Procuraduría Federal para la Defensa del Consumidor seleccionada para hacer una Auditoría Administrativa, por ser la parte que más comunicación tiene con la población consumidora, y es esta Dirección un claro reflejo de la organización y eficiencia de la labor que le fué encomendada por el Ejecutivo, que está empeñado en mejorar los servicios usando como herramienta la Reforma Administrativa.

Hemos enfocado las encuestas adaptandolas a los -- problemas que aquejan a esta Dirección para obtener respuestas cruzadas de las personas que fueron entrevistadas.

Básicamente tratamos de obtener la información en -- dos niveles, los que a continuación describimos:

NIVEL EJECUTIVO.-- Que consta de todos los funcionarios.

NIVEL OPERATIVO.-- Que consta de todos los empleados que -- componen esta Dirección.

ATENCIÓN AL PÚBLICO DE FUERA DE LA SUBSECCIÓN GENERAL  
DE QUEJAS

SI  60.0 %	Son de la esfera de competencia de la Procuraduría	43.3 %
	no se indicó razón	35.0 %
	Es el paso inicial de los Trámites del consumidor	21.7 %
NO  30.0 %	No atiende directamente al público	60.0 %
	No corresponde a la esfera de competencia de la Procuraduría	20.0 %
	No contestó adecuadamente	20.0 %
NO CONTESTO 10.0 %		

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION

La imagen de la Procuraduría es uno de los elementos más importantes que se deben de cuidar en su funcionamiento, ya que la conciencia de servicio que se está creando en la población consumidora, significará en gran medida, el mayor o menor éxito de su actuación, por lo que se hace necesario que tanto las gentes que están adscritas a la Unidad de Orientación e Información, como las directamente responsables de orientar en la recepción de quejas, sean capacitadas ampliamente sobre sus funciones, ya que uno de los principales obstáculos a los que se enfrentan los responsables de clasificar las quejas, es el de atender a personas que no necesariamente desean presentar quejas, lo que ha venido ocasionando que se retrasen en su trabajo, y que la gente, se vaya molesta por la mala atención recibida.



CONOCIMIENTO DEL TIEMPO  
NECESARIO PARA RECIBIR  
UNA QUEJA

SI  
30.0 %

NO RECIBIO INSTRUCCIONES	50.0 %
DE 15 A 30 MINUTOS	33.3 %
DE 10 A 15 MINUTOS	16.7 %

NO  
50.0 %

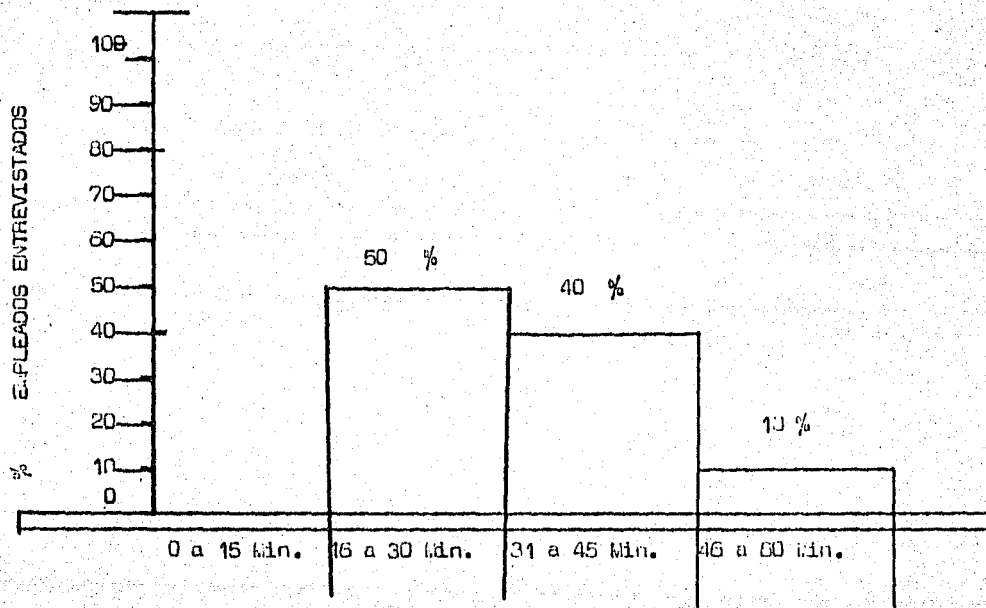
NO ATIENDE DIRECTAMENTE AL PUBLICO	70.0 %
NO INDICO TIEMPO	30.0 %

NO CONTESTO  
20.0 %

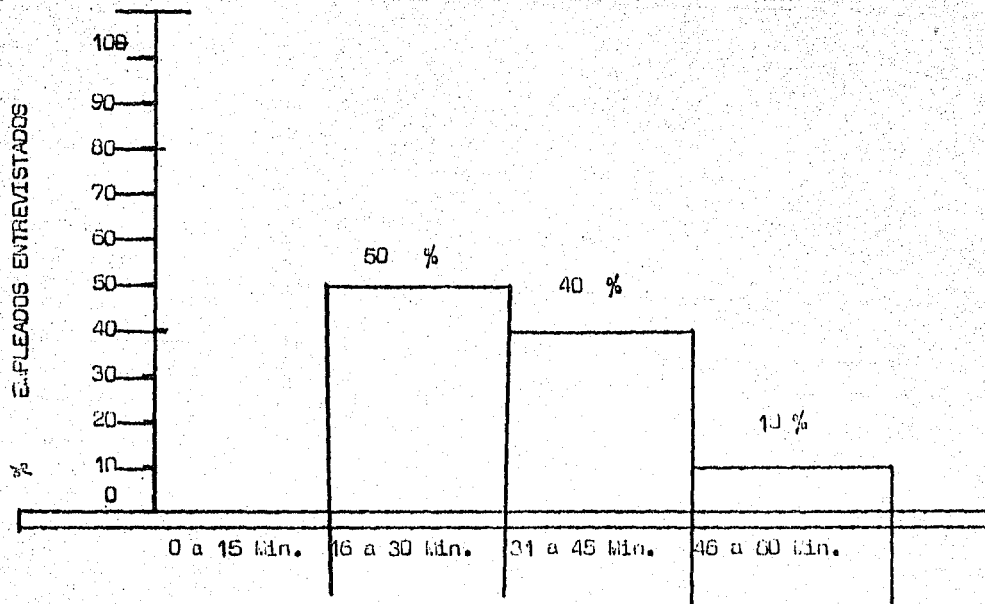
## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

El procedimiento que deben de realizar los recep  
tores de quejas, es vital en la operación del sistema que -  
se désigne en esta Dirección, por lo tanto, el que una míni  
ma parte tenga conocimiento del tiempo necesario para realizi  
zarlo, y además con distinto intervalo, está repercutiendo-  
en forma directa en la totalidad del sistema, lo que hace -  
indispensable que las autoridades de esta Unidad Administrati  
va giren las instrucciones pertinentes, a efecto de lo- -  
grar la minimización de tiempo para su ejecución, estable--  
ciendo un criterio uniforme que pueda servir de marco de re  
ferencia.

## CONOCIMIENTO DEL TIEMPO REAL DE UNA QUEJA



## CONOCIMIENTO DEL TIEMPO REAL DE UNA QUEJA



## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION

En relación con el tiempo de recepción de una -- queja; en primera instancia se determinó si existía conocimiento del tiempo que deberían emplear los receptores; y en segunda, se captó el tiempo real, con objeto de establecer una medida, que sirviera de pauta para canalizar subsecuentemente las quejas en un tiempo aproximado de 15 a 30 minutos solo en casos excepcionales será necesario el empleo de un lapso mayor.

De acuerdo al resultado obtenido, es conveniente que las autoridades de esta Dirección, en la capacitación -- que imparten, establezcan como política, el uso de este período para la recepción de quejas y vigilar sus fluctuaciones para determinar los ajustes correspondientes.

Por lo anterior, cabe señalar como indispensable la revisión de las entregas de material y la periodicidad - con las que se llevan a cabo a los integrantes de las diferentes áreas de la Dirección, para evitar en lo sucesivo, - que se detengan o retrasen los trabajos por falta de recursos materiales para llevarlos a cabo.

OPINION DEL PERSONAL SOBRE EL MATERIAL DE TRABAJO NECESARIO PARA CUMPLIR SUS FUNCIONES

	NIVEL EJECUTIVO	NIVEL OPERATIVO
SI	45.0% NO SE INDICO RAZON VALIDA	66.7% LO SOLICITA CON TIEMPO SE LE PROPORCIONA TODO LO QUE PIDIO
NO	55.0% NO SE INDICO RAZON	33.3% EXCESO DE TRA- MITE PARA SOLI- CITARLO NO SE LES HA PROPORCIONADO

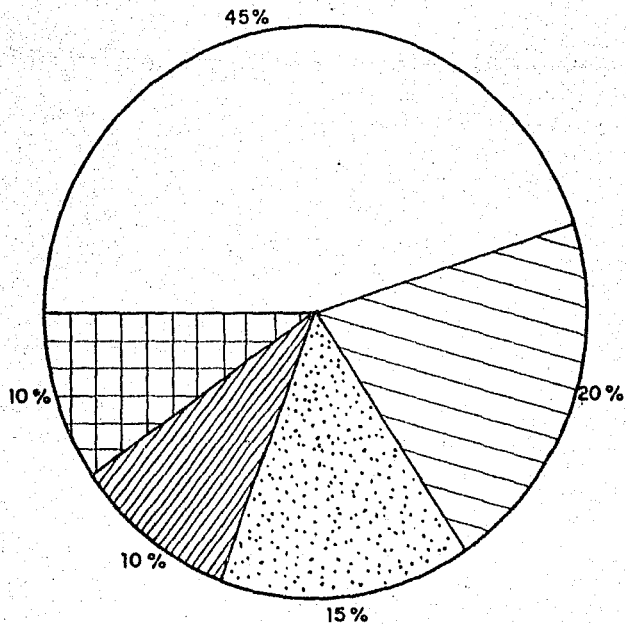
## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

Para el desarrollo de los trabajos que tienen — encomendados los integrantes de la Dirección, en ambos niveles, ejecutivo y operativo necesitan material mínimo que — garantice su eficaz rendimiento; sin embargo como se puede observar en la gráfica correspondiente, casi el 48% del nivel ejecutivo no cuenta con material, sin indicar razón específica de su falta, y el nivel operativo contestó en forma totalmente opuesta, señalando casi el 70%, que cuenta — con material para su trabajo, pero el porcentaje restante, — o sea el que carece de él, indicó dos razones de peso para su inexistencia, excesivo trámite para solicitarlo y el que no les haya sido proporcionado.

Una situación de esta naturaleza, en una de las Direcciones claves de la Procuraduría, no tiene una justificación posible, ya que ha sido una preocupación de las altas autoridades, desde el inicio del funcionamiento de la — Institución, el dotarla de los recursos mínimos indispensables para su operación, lo que nos hizo reflexionar sobre — la administración de la Dirección.



# MATERIAL DE TRABAJO NECESARIO PARA LA DIRECCION.



CALCULADORA



LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR



NINGUNO



PAPELERIA EN GRAL.



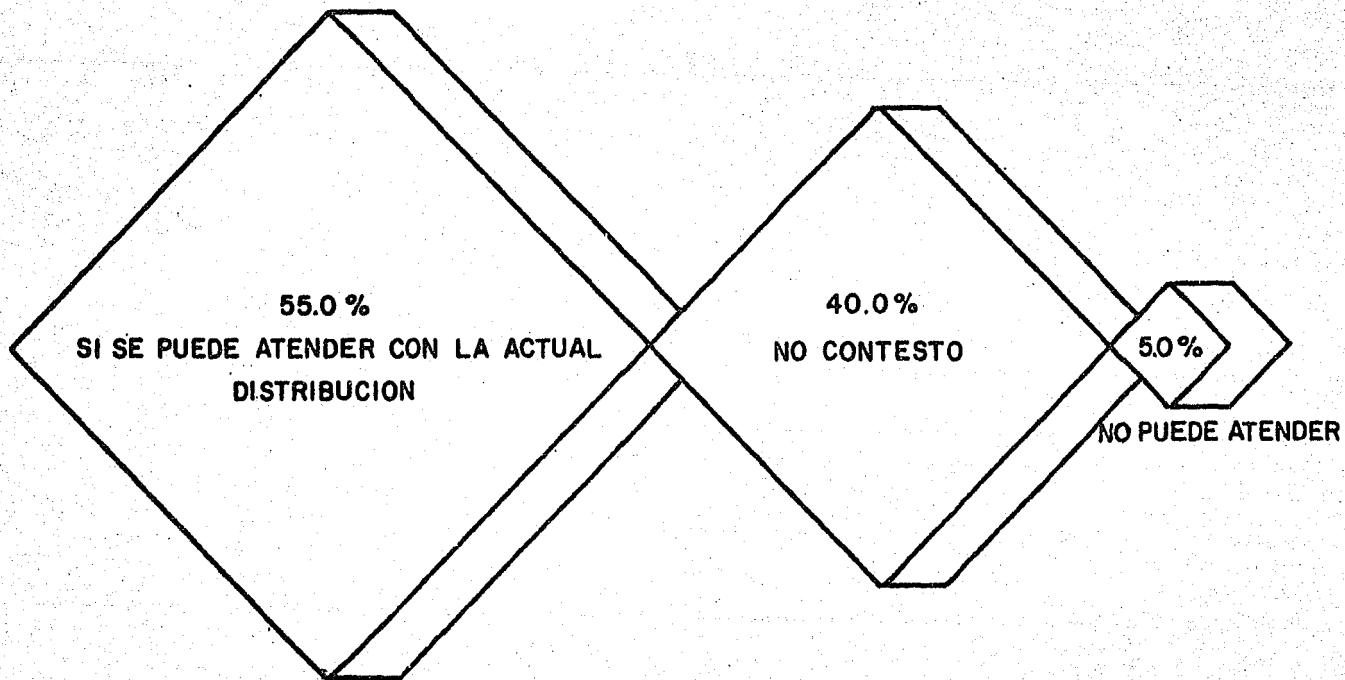
DIRECTORIO DE INSTITUCIONES OFICIALES

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

Considerando a la Dirección General de Quejas — como uno de los pilares en el funcionamiento de la Procuraduría, y teniendo en mente, que la falta de recursos materiales no puede, ni debe ser un justificante de retraso en sus labores, se pensó en captar las necesidades que no han sido satisfechas, para proporcionar datos específicos a las autoridades de la misma, sobre todos aquellos artículos o bienes que será oportuno considerar en el replantamiento de su administración de recursos materiales.

Cabe señalar por otra parte que la falta de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no debe existir de ninguna manera, por lo que debe entregarse a todo aquel que carezca de ella a la brevedad posible.

**POSIBILIDAD DE ATENCION AL PUBLICO DE ACUERDO A  
LA DISTRIBUCION DE LA DIRECCION**



## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION

Uno de los factores más importantes en el desarrollo eficiente de los trabajos, es la adecuada distribución del mobiliario y equipo, sobre todo cuando está encomendada al servicio del público que acude a realizar sus trámites a la institución, porque lleva implícitas dos funciones primordiales; por un lado la atención oportuna a los asuntos que el cumplimiento del servicio social la Procuraduría presta a la población consumidora, y por otro lado, - la imagen que el público se lleva de la Institución, que es en última instancia a la que se va a crear en la ciudadanía en general.

En relación con los resultados obtenidos, la distribución actual es la correcta, no obstante ello, debe revisarse permanentemente, ya que a medida que aumenta la demanda de servicio podría darse la necesidad de ejecutar un cambio para hacerla más funcional.

NIVEL  
EJECUTIVO  
100 %

SI

NIVEL  
OPERATIVO  
60 %

NIVEL  
OPERATIVO  
10 %

NO

NIVEL  
OPERATIVO  
30 %

NO CONTESTO

SOLUCION A LOS PROBLEMAS  
QUE PRESENTAN LOS  
CONSUMIDORES.

NO ATIENDE DIRECTA- MENTE AL PUBLICO	5 %
NO ES EL INDICADO PARA RESOLVERLOS	5 %

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

En cualquier organización que presta un servicio social, o de reciente creación, es elemental capacitar a los recursos humanos que la componen, con objeto de garantizar la aplicación eficiente de los programas que tiene encomendados.

Las respuestas de ambos niveles, ejecutivo y operativo fueron semejantes a su resultado final, pero se captó durante las entrevistas, que la capacitación que recibieron más bien fué producto de hacer frente al trabajo diario que de carácter técnico y formal, de lo que se desprende la necesidad de realizar permanentemente pláticas o cursos a todos los niveles, para mantener actualizado al personal y no esperar a que se presenten deficiencias para instrumentar correctivos.

**ORGANOS O PERSONAS A LOS QUE ACUDE EL PERSONAL EN CASO DE DUDA EN EL TRAMITE**

**NIVEL EJECUTIVO**

AL SUPERIOR JERARQUICO INMEDIATO	66.7%
A LA DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS	33.3%

**NIVEL OPERATIVO**

AL SUPERIOR JERARQUICO INMEDIATO	80.0%
A LOS COMPANEROS DE TRABAJO	20.0%

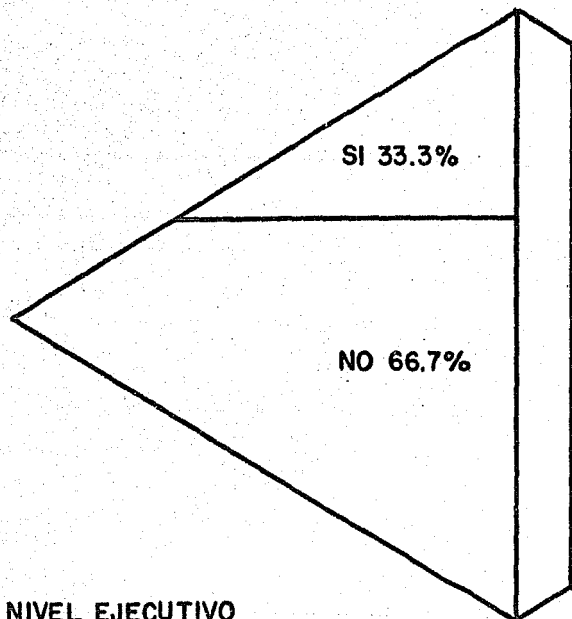
## ORGANIZACION Y RECOMENDACION.

La Dirección General de Quejas es quizá una de las Dependencias de la Procuraduría que menos oportunidad y tiempo tienen para corregir o replantear la tramitación de un asunto, lo que obliga a sus integrantes a conocer ampliamente la materia o materias objeto del trámite y por otra parte, a contar con el apoyo necesario de todas las áreas de la Institución que puedan hacerlo.

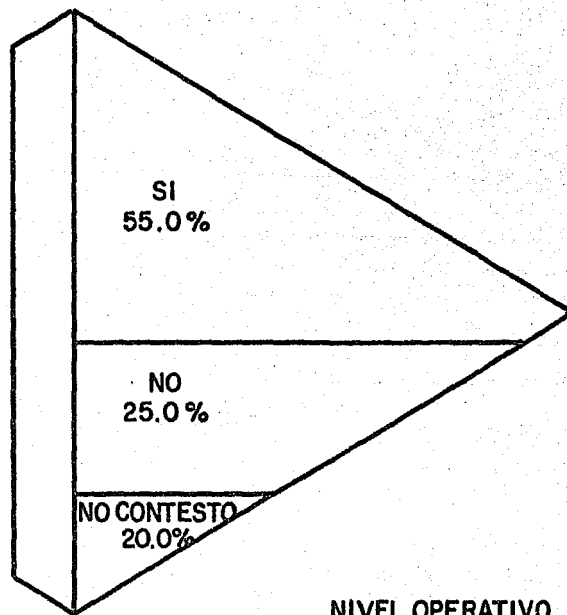
Es oportuno entonces, que además de la revisión de los canales de comunicación internos, se haga la de los externos, pero no con un criterio apegado al proceso administrativo, sino abiertamente, a manera de política de apoyo a sus programas; lo que posibilitará sin duda, capitalizar innumerables aspectos en los trámites internos, que a la fecha se han retrasado entre otros, por estas causas.



# OPINION DEL PERSONAL SOBRE LA POSIBILIDAD DE ATENDER AL PUBLICO CON LOS RECURSOS ACTUALES



NIVEL EJECUTIVO



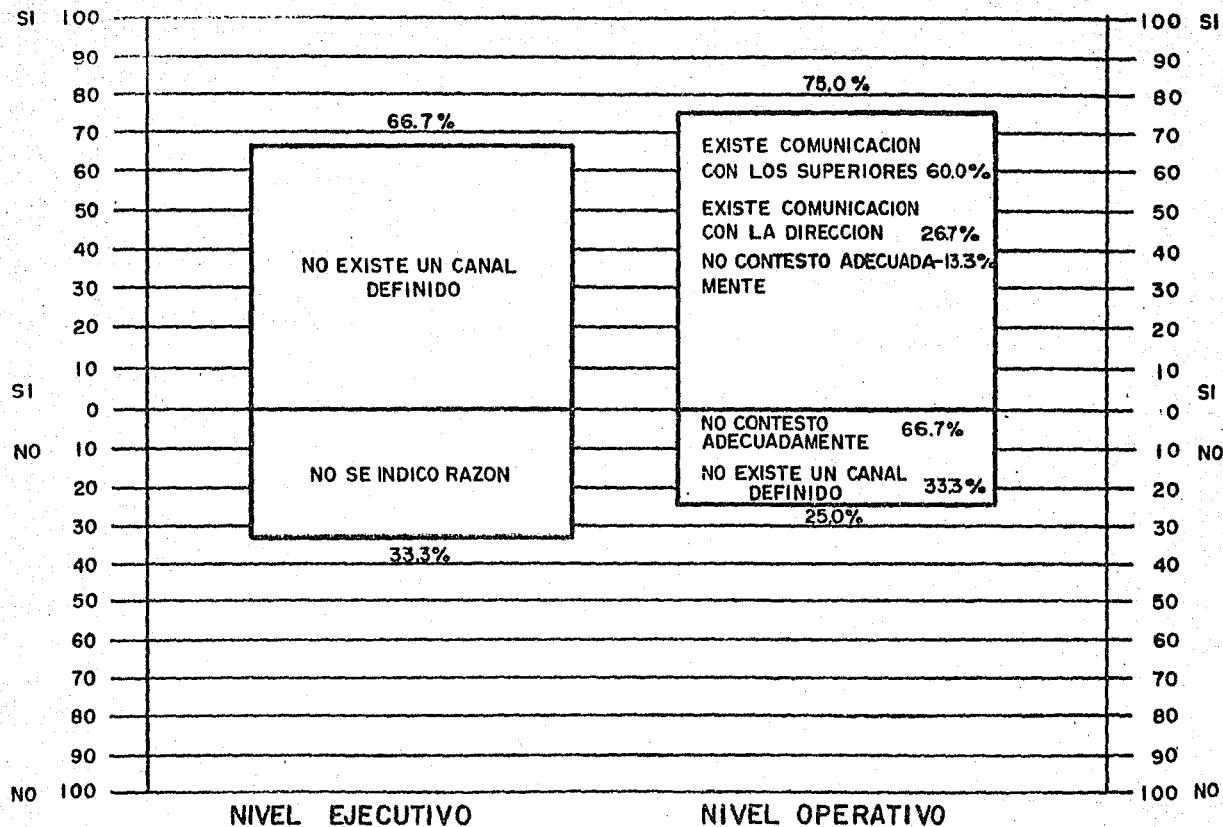
NIVEL OPERATIVO

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

A partir de la creciente demanda que ha venido atendiendo la Procuraduría, se hace conveniente revisar los cuadros de atención al público para preever en lo posible, la necesidad de aumentarlos y determinar a la vez, si existen retrasos en el funcionamiento de la Dirección con el personal actual y determinar las fallas que ocasionan este retraso.

El punto de vista del nivel ejecutivo, nuevamente se opone al nivel operativo, aunque en esta situación tiene razón de ser, ya que en este nivel existe una perspectiva mayor del crecimiento de necesidades y mayor conciencia de servicios; sin embargo, hay un factor sumamente importante en las respuestas del nivel operativo, al opinar en un número mayor que si puedan hacer frente a la demanda ciudadana y es que lo que se está haciendo ahora, además de que creen poder hacerlo, ya sea por orgullo, capacidad o conciencia de servidores públicos, lo que nos obliga a considerar la inaplazable necesidad de motivarlos en su trabajo, reconociéndolos y alentándolos a que lo hagan mejor, dándoles la oportunidad de plantear sus problemas e inquietudes y ayudándolos en su resolución; lo que traerá como resultado, la elevación en el rendimiento general de la Dirección.

# EXISTENCIA DE CANALES DE COMUNICACION EN LA DIRECCION



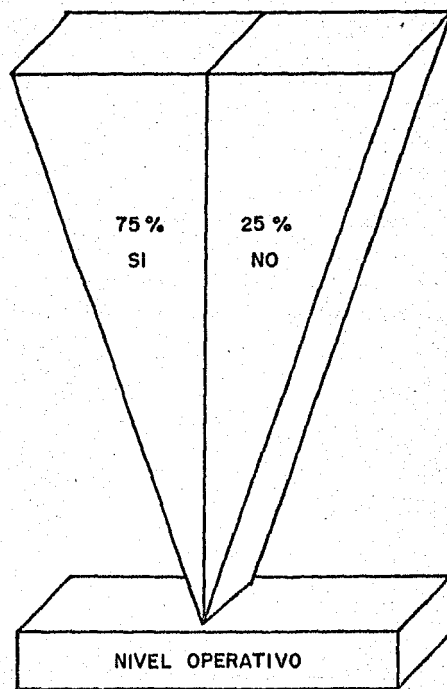
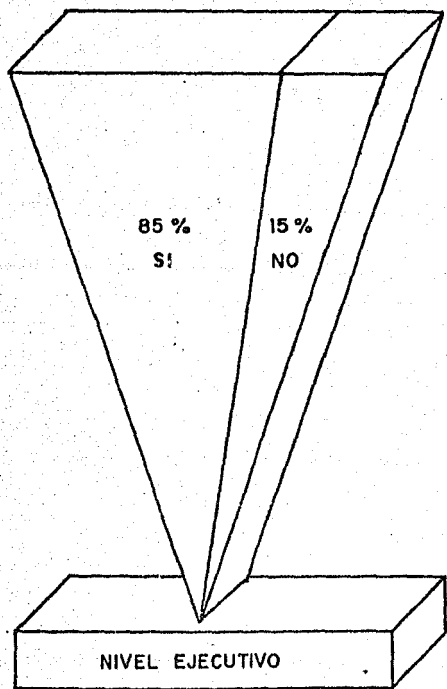
## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

El proceso de comunicación en una Institución — oficial es uno de los factores primordiales en las relaciones de trabajo y en los resultados que se obtienen de su — funcionamiento, de ahí que se planteará la posibilidad de — conocer la existencia de canales de comunicación, y repercuta en la motivación del personal en el trabajo.

Las respuestas de los niveles ejecutivo y operativo, en esta ocasión si se acercan en mucho, pero en las — razones que dan para explicar su opinión, dejan ver que es limitada su comunicación con la Dirección y casi nula con — el resto de la Procuraduría.

Es aconsejable que tomen principalmente dos decisiones para optimizar la comunicación de esta Dirección; en primer lugar, que las autoridades la promuevan con todos — los empleados; y en segundo lugar, se pongan en contacto — con el área de Recursos Humanos, para alentarla con el resto de la Procuraduría, organizando eventos tendientes a lograr este propósito.

# CAPACITACION PROPORCIONADA AL PERSONAL



## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

En la medida que se dé una solución a las peticiones que presenta la población consumidora, la Procuraduría estará cumpliendo con las atribuciones que le han sido encomendadas, por ello, se pensó en conocer en forma real, si las gentes que están atendiendo al público en la tramitación de sus quejas, resuelven efectivamente las mismas.

De acuerdo a lo anterior, el nivel ejecutivo señaló que sí están haciéndolo en su totalidad, pero el nivel operativo, que es el que realmente trata con el público, -- solo lo hace en un 60 % lo que denota falta de coordinación y canales de comunicación adecuados para la solución de los problemas en la Dirección, lo que hace necesario revisar de talladamente los canales de comunicación, así como establecer la coordinación correspondiente en el manejo de los -- asuntos internos.

# FRECUENCIA DE LAS REUNIONES INTERDEPARTAMENTALES

**NIVEL EJECUTIVO**

SI SE LLEVAN A CABO  33.3 %
NO SE LLEVAN A CABO  66.7 %

CUATRO VECES AL MES	100 %
MALA DIRECCION	50 %
FALTA DE ORGANIZACION	50 %

**NIVEL OPERATIVO**

SI SE LLEVAN A CABO  35 %
NO SE LLEVAN A CABO  65 %

CUANDO EXISTEN DUDAS EN EL TRABAJO	42.8 %
DIARIAMENTE	14.3 %
SEMANALMENTE	14.3 %
DOS VECES POR SEMANA	14.3 %
ESTAN SUJETAS A DISPOSICIONES DE DIREC.	14.3 %
IGNORA LOS MOTIVOS	46.2 %
FALTA DE ORGANIZACION	46.2 %
SOLO ASISTEN LOS JEFES	7.6 %

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

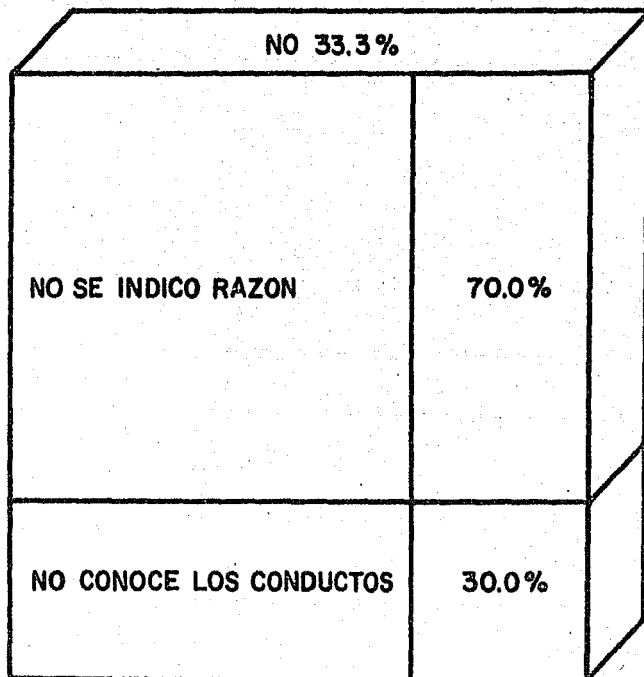
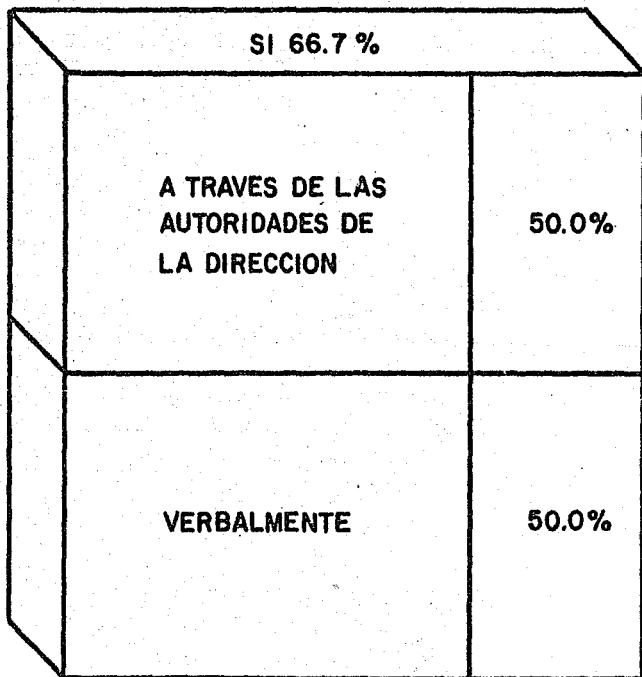
Las reuniones interdepartamentales son uno de los instrumentos más calificados en el desarrollo y solución de los problemas de trabajo, que permiten no sólo detectar fallas u omisiones, intercambiar experiencias y fortalecer los canales de comunicación, sino brindar la oportunidad a las personas de agruparse y sentirse parte de un equipo.

De ahí que las respuestas del personal ejecutivo y operativo, sean motivo de preocupación en cuanto a su porcentaje negativo, pero alarmante en las razones que manifiestan para fundamentarlo, además de lo heterogéneo en los plazos que citan, denota, la falta absoluta de coordinación y comunicación que existen entre ellos.

Es urgente que las autoridades de la Dirección, inviten en el menor plazo posible a la celebración de juntas interdepartamentales y que además lo hagan como parte de una política general, que no permitan que diluyan en intencidad y perioricidad con el tiempo.



**COMUNICACION DE LAS RESOLUCIONES A LOS PROBLEMAS INTERNOS  
NIVEL EJECUTIVO**



## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

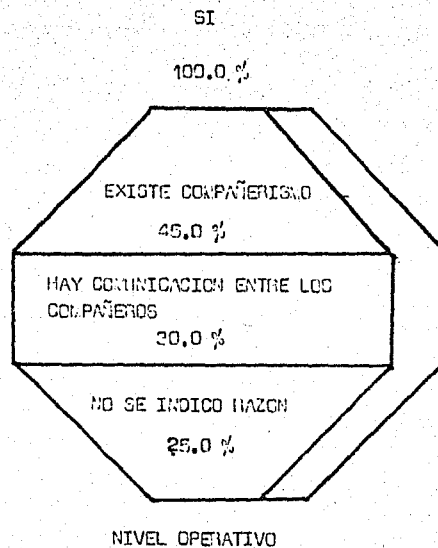
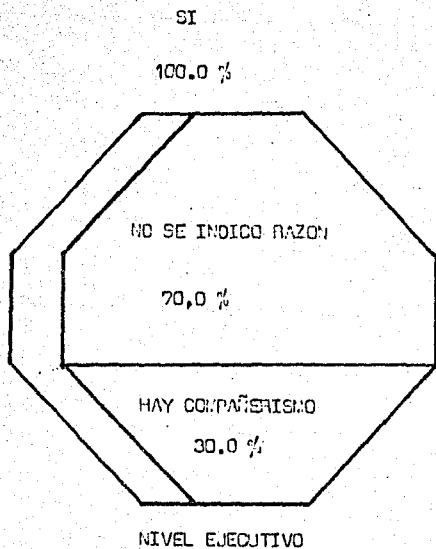
En el contexto de una Institución de servicio social como es la Procuraduría, la resolución a los problemas que se van presentando sienta un antecedente para casos futuros, y representa a la vez, una amplia experiencia para quienes se enfrentan a diario con innumerables asuntos sobre todo aquellos vinculados a la atención de la población consumidora.

Como se puede observar, en la gráfica de las respuestas del nivel ejecutivo a esta interrogante, casi el 70% opinó en sentido positivo sobre el conocimiento de las resoluciones a los problemas internos, sin embargo en las razones que señalan para fundamentar su respuesta, se nota una gran deficiencia en el sentido de que la comunicación que se hace, es a través de las autoridades de la Dirección y en forma verbal, no existiendo una vía adecuada, que deje por escrito los antecedentes a los problemas específicos y menos que lo haga del conocimiento de quienes necesitan más de experiencia, como lo es el caso de los que atienden directamente al público.

De lo anterior se desprende, la necesidad de abrir más el proceso interno de comunicación a todos los niveles, apoyando su difusión o transmisión en forma escrita,

lo que representa una política directiva más correcta y -- abierta y una mejor preparación del personal de la Direc--- ción, basada en experiencias de trabajo concretas y la más- importante de todas, una mejor atención a la población con- sumidora, apoyada en una visión mejor orientada, en base a- experiencias diarias.

RELACIONES DE TRABAJO EN LA DIRECCION



## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

Las relaciones de trabajo en los grupos organizados, son indudablemente uno de los factores más relevantes del proceso administrativo dinámico, esto es en la práctica, ya que de ellas dependen la agilidad y la coordinación con que salgan los trabajos específicos. Pero su influencia no se limita a los resultados puramente laborales, sino que va más allá y ejercen una considerable presión en la estabilidad organizacional; creando y anulando expectativas en sus propios integrantes.

Por esto, cuidar y fomentar la nitidez en los conceptos de organización vinculados a sus grupos internos, representa una carga estratégica para los dirigentes o líderes.

El resultado de la investigación al personal de quejas, arroja un saldo positivo en las relaciones de trabajo, ya que en ambos niveles, ejecutivo y operativo, la totalidad de sus integrantes opinaron favorablemente en este sentido.

No obstante lo anterior, debemos señalar que una situación de esta naturaleza, es por su esencia misma, su-

mamente mobil, lo que nos obligará a considerar la necesidad de promover eventos y reuniones periódicas, que fortalezcan los lazos de unión del grupo y no permitan que por una omisión tan sencilla, se pierda el espíritu de colaboración que actualmente existe.

QUE ESPERAN DE LA PROCURADURIA LOS INTEGRANTES DE LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS

	NIVEL EJECUTIVO	%
	LOGRO DE LOS OBJETIVOS PERSONALES	37.5
	MAYOR RESPONSABILIDAD EN EL TRABAJO	12.5
	MEJORES CONDICIONES DE TRABAJO	12.5
	TOMAR EN CUENTA LOS PROBLEMAS PERSONALES	12.5
	MEJOR TRATO POR PARTE DE LAS AUTORIDADES	12.5
	MEJOR RECONOCIMIENTO DEL TRABAJO	12.5

	NIVEL OPERATIVO	%
	MEJOR RECONOCIMIENTO DEL TRABAJO	18.8
	MAYOR RESPONSABILIDAD EN EL TRABAJO	14.5
	IDENTIFICACION CON EL TRABAJO	12.5
	LOGRO DE LOS OBJETIVOS PERSONALES	12.5
	MEJORES CONDICIONES DE TRABAJO	10.4
	TOMAR EN CUENTA LOS TRABAJOS PERSONALES	8.3
	MAS RESPETO A LA INTEGRIDAD PERSONAL	6.3
	MEJOR ORGANIZACION EN EL TRABAJO	6.3
	MEJOR TRATO POR PARTE DE LOS SUPERIORES	4.2
	MAYOR COMPANERISMO	4.2
	MAYOR COMUNICACION CON EL RESTO DE LA PROCURADURIA	2.0

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

El recurso más valioso de cualquier organización de trabajo es su personal, pues el uso o control de cualquier otro recurso que haya que ser combinado para lograr la consecución de los objetivos o metas propuestas deberá ser ejercido por personas.

Por esto, el manejo de los recursos humanos se espera que cumpla una serie de factores personales y laborales y representa la responsabilidad administrativa más difícil.

Con esta visión y buscando la mayor integración de los recursos humanos de esta dirección se pensó en detectar todos aquellos puntos que coadyudarán a su realización personal y el cumplimiento eficaz de sus funciones.

Ahora bien, como podemos darnos cuenta, en ambos niveles, ejecutivo y operativo, las respuestas están enfocadas con una clara conciencia de servicio y enmarcadas principalmente, en lo que los tratadistas administrativos señalan como factores motivantes del trabajo.

Revisando las respuestas del cuadro, nos percata

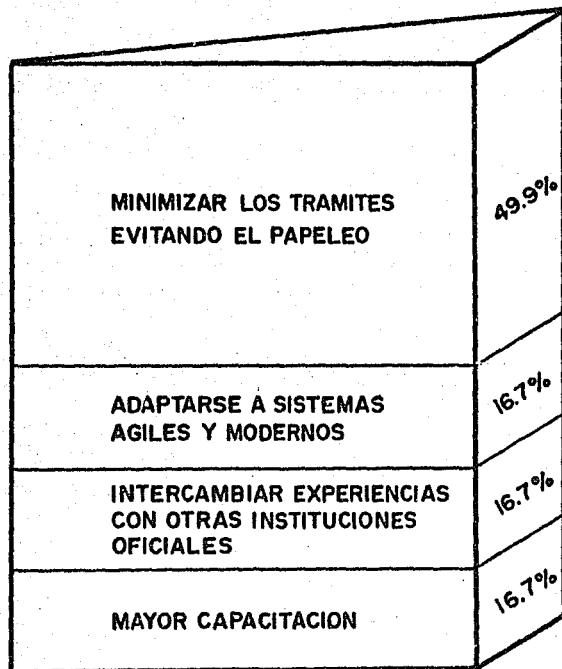


mos de que el nivel ejecutivo, desea en primer lugar lograr sus objetivos personales, participando en forma responsable en el trabajo, para lo cual espera mejores condiciones para su desarrollo, tomando en cuenta sus problemas personales y esperan para ello, mejor trato por parte de los superiores- y mejor reconocimiento de su trabajo.

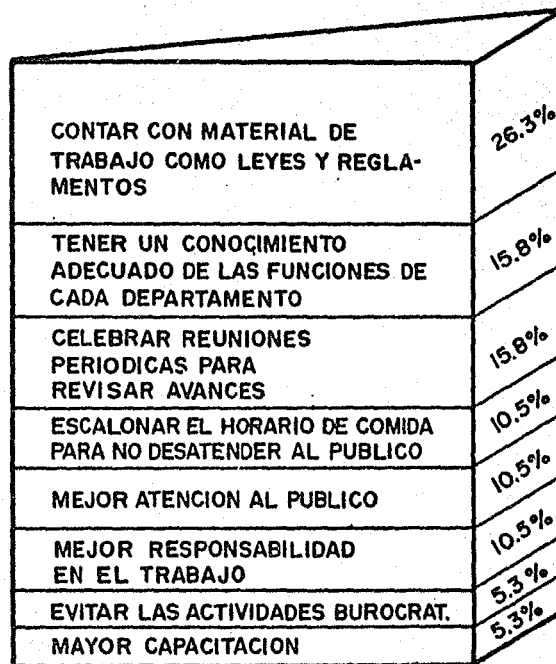
En lo que toca al nivel operativo, es fácilmente visible que tienen un número mayor de expectativas y esperan por principio, mejor reconocimiento de su trabajo, participando en forma responsable e identificándose con él mismo, logrando con esto la cristalización de sus objetivos personales; pero y como ha venido sucediendo a lo largo de todo este análisis, desean mejores condiciones de trabajo, - el que se les tome en cuenta y aquí algo sumamente delicado, el respeto a su integridad personal. El resto de las variables denotan un deseo de organización, comunicación y trabajo de equipo.

Para este apartado de recomendaciones, vamos a - tomar la inminente necesidad de revisión de políticas de administración vigentes en la Dirección sólo que en esta ocasión haciendo hincapié en la de manejo del personal porque el establecer un sistema de control de trabajo rígido como es el prevaleciente, está olvidando que las personas que no son objetos, ni máquinas de tiempo a las que se programa, aceptar esta condición sería actuar con miopía administrativa y fomentar a corto plazo las actitudes burocráticas.

# SUGERENCIAS DEL PERSONAL DE QUEJAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE SU DIRECCION



NIVEL EJECUTIVO



NIVEL OPERATIVO

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

Es indudable que en todas las organizaciones de trabajo, las sugerencias o propuestas de mejoramiento a los sistemas de operación constituyen uno de los aspectos más importantes en la adecuación y funcionalidad de los procesos administrativos, y es por ello, que se consideró vital para la Procuraduría, específicamente en el renglón de quejas, contar con información que permitiera agilizar y simplificar los procedimientos que actualmente se realizan -- para la recepción y trámite de las quejas que la población consumidora presenta.

Si partimos de esta premisa y revisamos las respuestas de los niveles ejecutivo y operativo, nos encontramos ante datos invaluables para implementar mejoras concretas a los sistemas prevalectentes.

El nivel ejecutivo, como se puede observar en la gráfica correspondiente aportó elementos valiosos, pero hasta cierto punto concientes de su status, ya que la minimización de trámites, adaptando sistemas ágiles e intercambiando experiencias con otras instituciones, así como una mayor capacitación, son factores ampliamente identificados en la mejoría administrativa de cualquier institución oficial. En cambio en el nivel operativo encontramos elementos valiosos

y sumamente agudos en su significado porque es indiscutible que ningún trabajo puede realizarse sin los recursos y comcimientos mínimos que garanticen su eficiente desempeño; -- pero no solo contemplan los renglones antes mencionados, -- sino que va más allá, y nos señala la necesidad de celebrar reuniones periódicas para revisión de avances, estudiar la posibilidad de escalonar el horario y lo más trascendente del cuadro, una serie de variables encaminadas a optimizar su trabajo, evitando actitudes negativas basadas en un trabajo más conciente y realizador, producto de su deseo de hacer las cosas y hacerlas en forma correcta.

Todo lo anterior nos obliga a plantear la posibilidad de una revisión total a las políticas y administra--ción interna de la Dirección General de Quejas, ya que, -- como lo hemos venido señalando, la falta de recursos y op--ciones al mejoramiento del personal adscrito a la misma no puede ni debe ser obstáculo al desarrollo dinámico de sus--trabajos, máxime cuando es el propio nivel operativo el que está pidiendo que se le permita participar integralmente en ésta tarea.

## C A P I T U L O   I V

ENCUESTA REALIZADA AL PUBLICO CONSUMIDOR QUE ACUDE  
A LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS

Para determinar la imagen que tiene la población consumidora de la Dirección General de Quejas; se hizo una encuesta a la gente que acude a la Dirección a solicitar un servicio, la cantidad de personas encuestadas se determinó en base a una muestra determinada en el capítulo II.

En dicha encuesta se sacaron las siguientes conclusiones:

Las características de los consumidores que acuden a la Dirección General de Quejas son:

En relación a clase social:

	ALTA	10 %
MEDIA	ALTA	15 %
	MEDIA	30 %
MEDIA	BAJA	25 %
	BAJA	20 %

En relación al sexo:

FEMENINO 70 %

MASCULINO 30 %

En relación a la edad:

HASTA 20 AÑOS 2 %

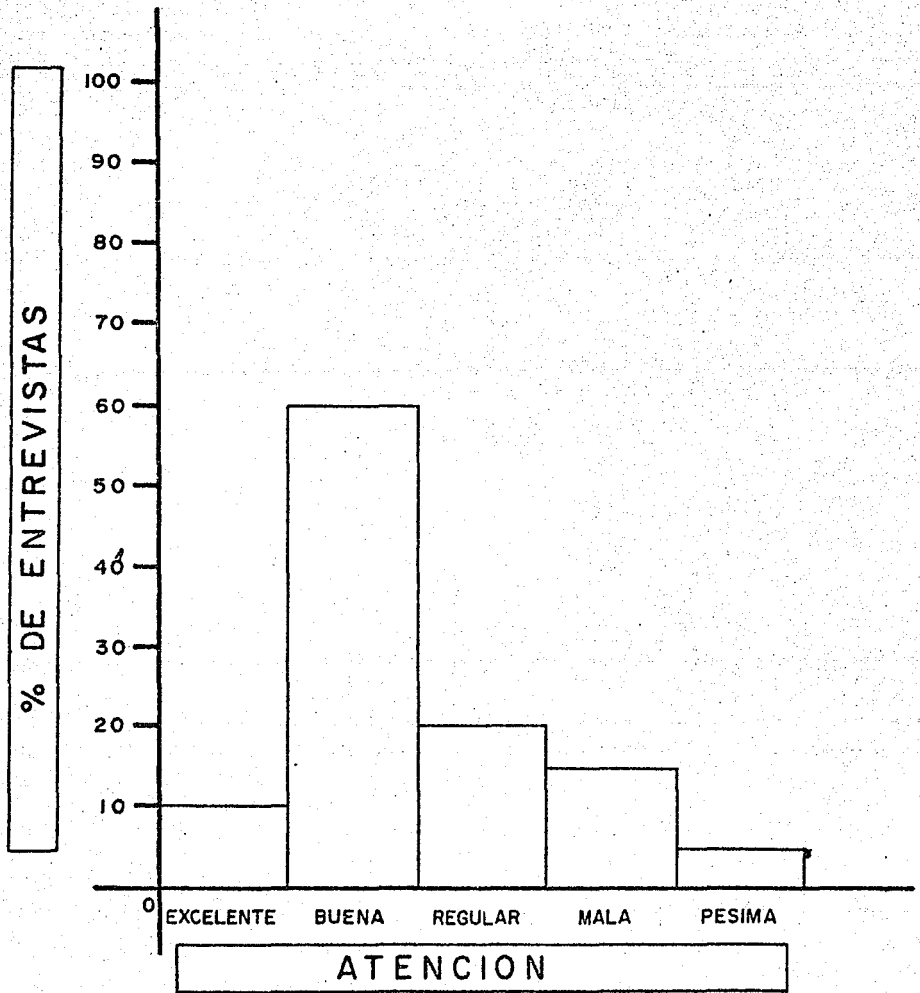
20 A 30 " 23 %

31 A 40 " 50 %

41 A 50 " 10 %

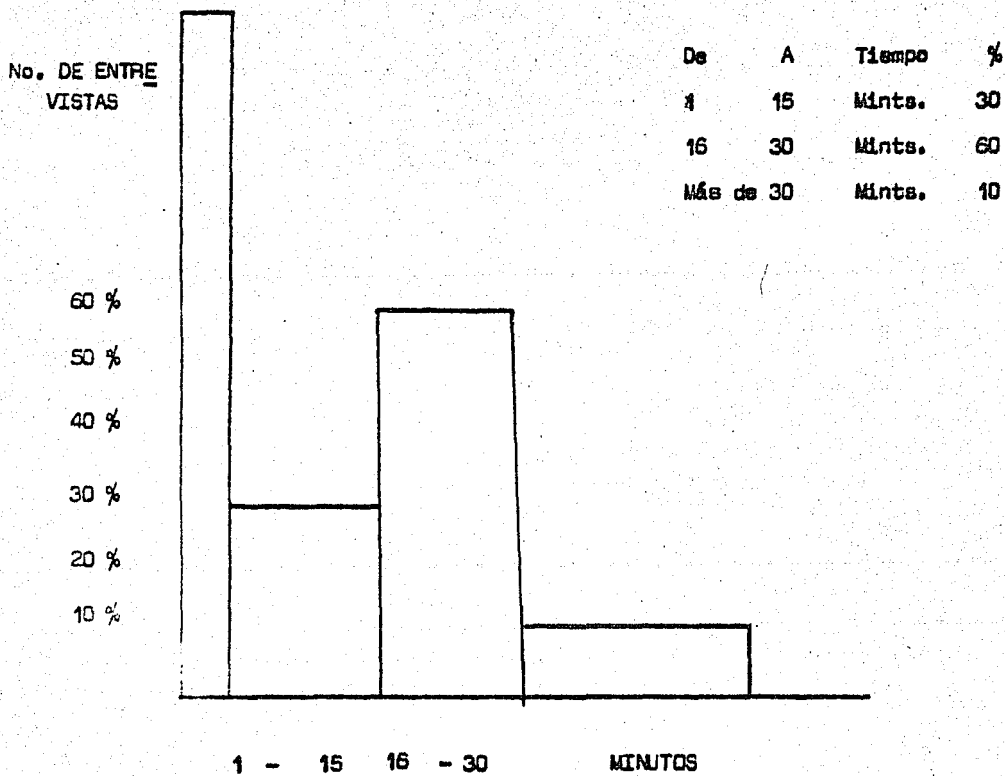
MAS DE 50 " 15 %

### LA ATENCION QUE SE LE DA AL PUBLICO EN LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS





## EL TIEMPO PROMEDIO DE RECEPCION DE UNA QUEJA FUE:

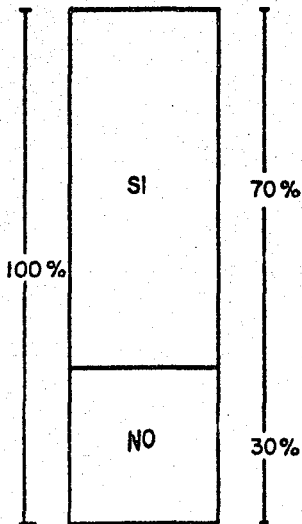


## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

La falta de un criterio uniforme en el procedimiento que deban realizar los receptores de quejas, es el factor determinante en la imagen que tiene el público consumidor de la Dirección; no obstante que el tiempo de recepción de la queja no es muy largo y este podría ser minimizado por medio de un estudio de tiempos y movimientos, que daría por resultado una agilización y mejoramiento del sistema actual; cuya consecuencia final sería dar un servicio más eficiente al público consumidor.

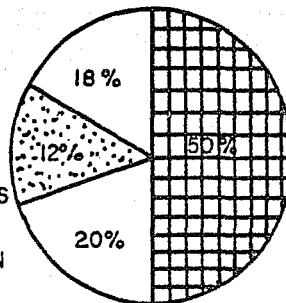
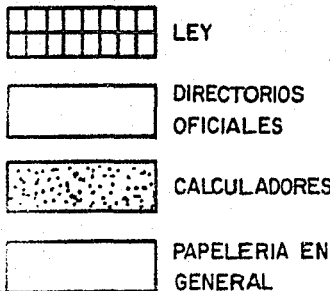
Para hacer dicho estudio podríamos recomendar un análisis del tiempo del procedimiento que realizan los receptores de quejas; los tiempos de recepción de cada uno de los diferentes tipos de quejas así como estudiar los diferentes métodos de mecanización del procedimiento.

Possibilidades de atención en relación al material con que dispone la Dirección para dar un servicio.



De las personas interesadas contestó que la Dirección si tiene el material necesario para dar el servicio.

De las personas contestó que no dando la siguiente opinión:



50 % Hace falta su conocimiento y disponibilidad de la Ley de Protección al Consumidor.

20 % No cuentan con suficiente papelería en general.

18 % Falta de directorios oficiales para dar información.

12 % Falta de calculadoras para valuar las demandas.

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

Al conocer nosotros la administración de los recursos de la Dirección en la auditoría hecha a la misma, --- tratamos de analizar la repercusión de las fallas de las en tregas del material y la periodicidad con que se llevan a -- cabo en los servicios directos que presta la Dirección al - consumidor; de dicho análisis se desprende lo siguiente:

La falta tanto de la Ley como de su conocimiento impide dar una información clara sobre los derechos que tienen los consumidores.

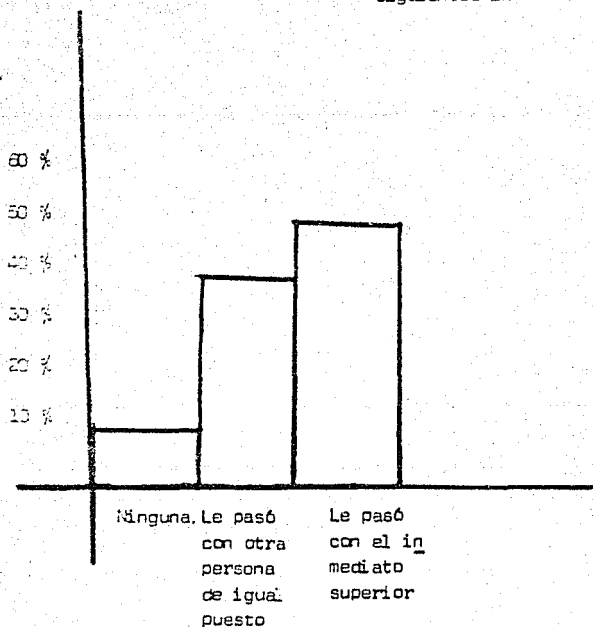
La falta de artículos y bienes necesarios para - dar el servicio ocasiona un retraso en las labores.

Es necesario como se recomendó anteriormente ha- cer una reorganización de la administración de los recursos- materiales de la Dirección; con lo que se evitará tanto pérdi das de tiempo como incomodidades y molestias al público - consumidor.

Solución a los problemas de los consumidores en cuanto a la recepción y trámite de la queja.

El 70 % de los consumidores afirmaron que si les dieron trámite a su queja.

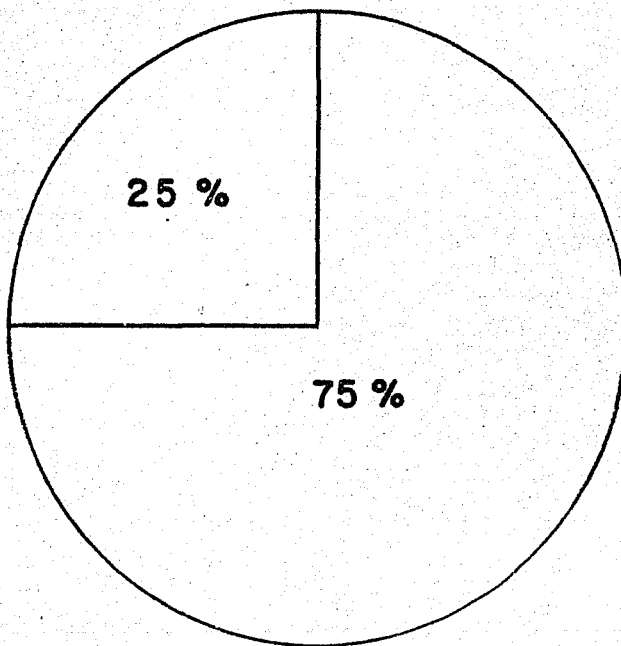
El 30 % de los consumidores afirmaron que no les dieron trámite a su queja y que les dieron las siguientes instrucciones.



## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

La falta de coordinación y de canales de comunicación adecuados para resolver los problemas en la Dirección es la causa de la falta de la resolución efectiva de la tramitación de las quejas de los consumidores motivo por el cual el 30 % de los consumidores no son atendidos adecuadamente causándoles un perjuicio por pérdida de tiempo.

Por lo tanto es recomendable revisar los canales de comunicación y establecer la coordinación adecuada en el personal de la Dirección.



**CAPACIDAD DE TRABAJO DE LAS PERSONAS QUE LABORAN EN LA DIRECCION  
GENERAL DE QUEJAS.**

El 75 % de los entrevistados opinó que el sí tiene capacidad.

El 25 % opinó que el personal no tiene capacidad, debido a tres razones :

25 % Falta de incentivos monetarios.

40 % Falta de capacidad técnica y criterio.

35 % Falta de motivación.

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

La capacitación de los recursos humanos que componen a la Dirección, como parte de una organización que presta un servicio social es esencial, debido a que el trato directo con el público debe ser cordial y afectivo de manera que el consumidor vaya adquiriendo la confianza en la Procuraduría y teniendo conciencia de que puede hacer valer sus derechos, cumpliendo así la Procuraduría con su objetivo de velar por los derechos de los consumidores.

Sabemos que el personal de la Dirección no ha recibido la capacitación adecuada, por lo que recomendamos se realicen pláticas o cursos, para mantener actualizado al personal, así como motivarlo en base a las técnicas más adecuadas de motivación de personal para que este pueda complir sus funciones de la manera más efectiva.



## LA COMUNICACION COMO UN SERVICIO AL PUBLICO CONSUMIDOR.

Al preguntar al público consumidor si sabía que tipo de información debía traer a la Dirección General de Quejas para demandar o levantar una queja.

El 70 % del público consumidor comentó que no tenía información de los documentos que debían traer.

El 30 % del público dijo que si sabía que información era necesaria traer

70 %	60 % NO TENIAN INFORMACION
NO	40 % CREIAN QUE NO ERA NECESARIO
30 % SI	

## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

Al analizar los canales de comunicación en la Dirección General de Quejas se pudo observar, que aunque la comunicación entre el personal no es óptima, si se puede mejorar ampliando los canales de comunicación tanto de internos como externos.

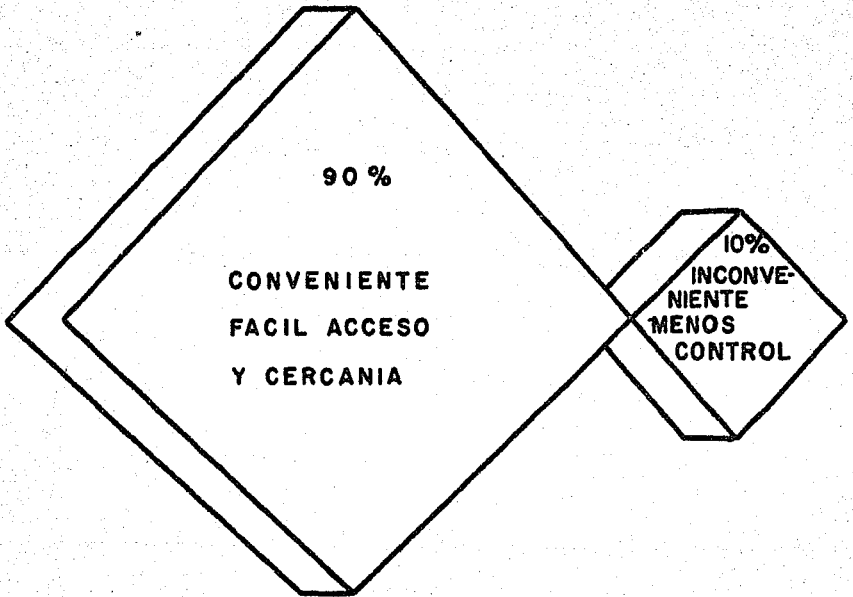
La comunicación que tiene la Dirección con el público consumidor es deficiente ya que los canales externos no le dan al público la información necesaria acerca de los documentos y trámites que debe traer y realizar para la presentación de una queja; ocasionando problemas al consumidor por las pérdidas de tiempo que la recolección de los documentos le causa.

Es importante señalar que la comunicación se debe tener como un servicio al público informándole de la manera más idónea a través de los medios de comunicación acerca de todos los puntos necesarios para la presentación de sus quejas. La manera de encontrar la mejor comunicación con el público sería por medio de las sugerencias de los propios consumidores quienes son los más aptos para recomendar los sistemas de información más efectivos.

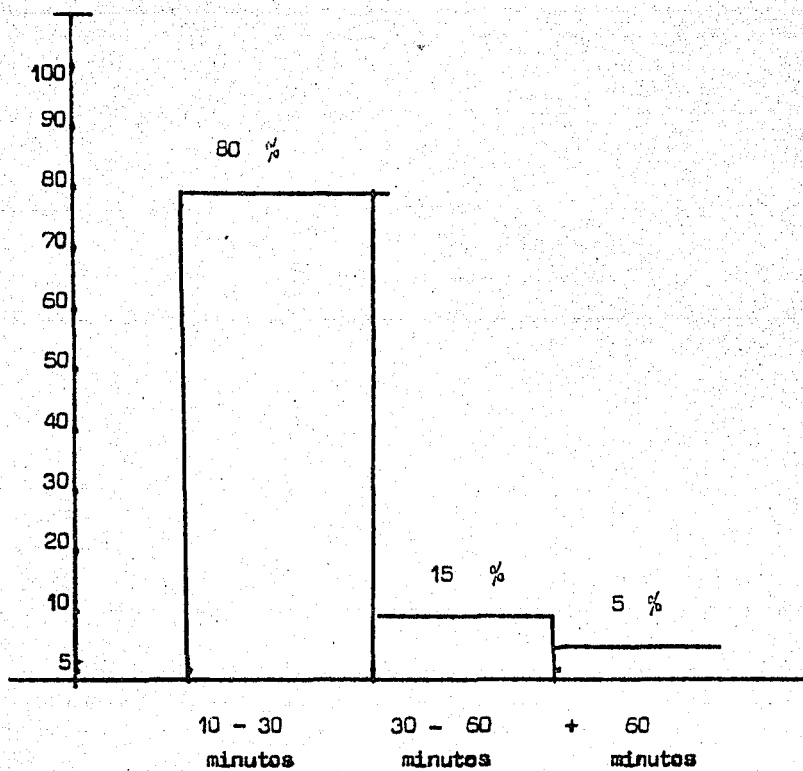
## UBICACION DE LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS

65 %	FACIL ACCESO	75 % BUENA UBICACION
25 %	CERCANIA	
10 %	UBICACION CENTRICA	
50 %	LEJANIA	25 % MALA UBICACION
25 %	DIFICIL ACCESO	

# DESCENTRALIZACION DE LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS



TIEMPO PROMEDIO DE ACCESO A LA DIRECCION GENERAL  
DE QUEJAS



## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

La ubicación de la Dirección General de Quejas - se encontró como de fácil acceso, cercanía y ubicación céntrica, en un 75 % de la opinión del público consumidor.

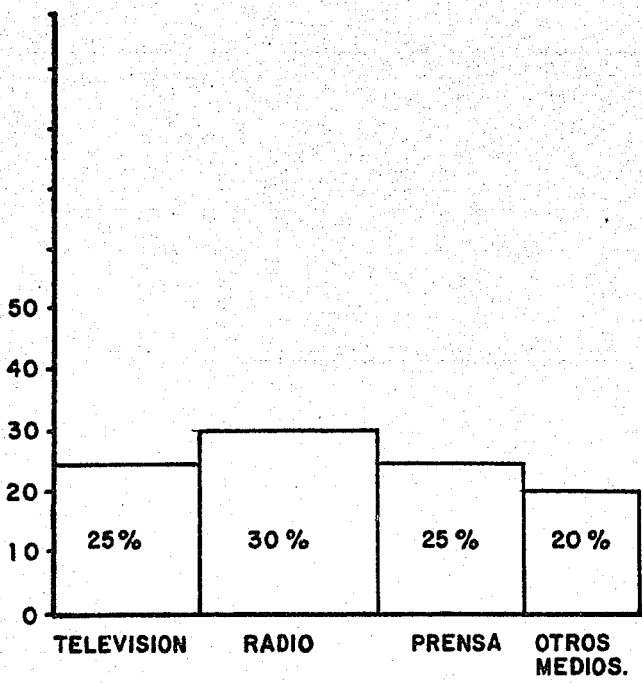
Como es el principal interés de la Procuraduría - dar el óptimo servicio a los consumidores, tomaremos en - - cuenta, el 25 % del público consumidor al que le toma mucho tiempo llegar hasta la Dirección.

Este público nos sugirió la descentralización de la Dirección en las Delegaciones Políticas para lograr con ello un mejor acceso y ubicación de la Dirección de Quejas.

Otro punto importante que cabe señalar es el de la falta de estacionamiento que existe en la ubicación actual.

Aunque en la gráfica de tiempo de acceso el 80 % del público consumidor le toma de 10 a 30 minutos llegar a la Dirección General de Quejas, trataremos de que el 20 % - restante logre un mejor acceso tomando en cuenta las sugerencias por ellos mismos dadas.

**MEDIOS DE PUBLICIDAD MAS CONOCIDOS POR LOS CONSUMIDORES QUE ACUDEN A LA DIRECCION GENERAL DE QUEJAS.**



## DIAGNOSTICO Y RECOMENDACION.

Siendo la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor un organismo de reciente creación; y tomando en cuenta el régimen de austeridad que existe en el actual Gobierno, no cuenta en la actualidad con los recursos necesarios para hacer una campaña de publicidad adecuada y encaminada a despertar en los consumidores la conciencia de hacer valer sus derechos.

Es por ello que la mayoría de la población consumidora no conoce las funciones y atribuciones que la Procuraduría por medio de la Dirección General de Quejas tiene para velar por el cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Cabe señalar que los medios de publicidad deben tener un servicio a la comunidad, por lo que es importante recomendar que dichos medios sean utilizados ampliamente para que el consumidor tenga conocimiento de los organismos creados para promover su seguridad y la mejor convivencia entre los ciudadanos.



CAPITULO V

CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

Nuestro trabajo se presentó al Departamento de Organización y Sistemas por ser éste, el canal más adecuado para que estudiaran las sugerencias y recomendaciones a los problemas administrativos detectados a través del trabajo realizado.

A continuación se mencionan los problemas que a nuestro juicio consideramos que se deberán estudiar como una necesidad imperativa de solución inmediata:

### 1.- LA FALTA DE SUPERVISION A LAS TAREAS ENCOMENDADAS A CADA ELEMENTO.

Sugerencia: Para la solución a éste problema sugerimos se estableciera una descripción de puestos con funciones específicas para cada elemento y así tener una herramienta para ejercer un control más estrecho en la ejecución de las operaciones, revisando dicha descripción de puestos con una frecuencia de tres a seis meses, ya que dado al constante crecimiento de ésta Dirección, así lo requiere.

Los ajustes que surgieran por la revisión, se

harán conjuntamente con ambos niveles (ejecutivo-operativo) y con los Staff de Servicio.

## 2.- ACTUALIZAR EL MANUAL DE POLITICAS DE ADMINISTRACION INTERNO.

Sugerencias: Esto es con el fin de que los elementos que la integran, cuenten con opciones para el mejoramiento personal y para que no haya obstáculos en el desarrollo dinámico de sus labores ya que el nivel operativo está pidiendo que se le permita integrarse a la optimización de servicios, que se presta a la población consumidora.

Así también solicitan cursos o programas de capacitación que permitan tener más conocimiento para el mejor desarrollo de sus actividades.

## 3.- LOS CANALES DE COMUNICACION INTERNOS.

Sugerencia: La solución que se propone es a través de reuniones interdepartamentales en ambos niveles con frecuencias convenientes y programadas para dar todas las instrucciones referentes a problemas encontrados y su solución.

También se propone que haya eventos sociales para acercar más las relaciones interdepartamentales y a nivel Procuraduría, con el fin de crear relaciones informales de trabajo.

#### 4.- LA COMUNICACION EXTERNA EN LO QUE SE REFIERE A DAR INFORMACION DE LA DOCUMENTACION QUE SE DEBE LLEVAR PARA LEVANTAR UNA QUEJA.

Sugerencia: Se indicó que se lleve a cabo una campaña en radio ( ya que es el medio más barato para informar a la población consumidora), diarios de mayor circulación o revistas populares explicando que pasos son los que se deben seguir al momento de inconformidad por la adquisición de un bien o servicio.

#### N O T A :

Se recomendó que se estableciera un buzón de sugerencias para el uso del público que acude a presentar sus quejas a esta Dirección, con el objeto de conocer las necesidades reales de atención, ya que los afectados son los que dan las pautas a seguir para solucionar sus demandas. A la fecha del término de éste estudio nos damos cuenta que la proposición que hicimos de la existencia de un buzón de sugerencias se encuentra ya en servicio.

Además de que nuestras sugerencias han sido estudiadas y al momento están siendo puestas en práctica en ésta Dirección.

B I B L I O G R A F I A

- Auditoría Administrativa ..... William P. Leonard
- Auditoría Administrativa ..... J. A. Fernández Arena
- Ley Federal de Protección al Consumidor
- Conquista de la Nueva España..... Bernal Díaz del Cas\_  
tillo
- Manual de Organización..... Procuraduría Federal  
del Consumidor
- Estadística para Economistas,
- Contadores y Lic. en Administración... P. Shao
- Manual de Administración..... Procuraduría Federal  
del Consumidor