



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

**Trabajo de Titulación Examen Complexivo para a la obtención
del grado de Magister en Gerencia de Marketing**

*ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
PASAPORTES ORDINARIOS DEL CONSULADO DEL ECUADOR EN LOS
ÁNGELES.*

Autor:

Lcda. Stephania Liberia Baldeón Montesdeoca

Tutor:

Ing. Sabrina Rojas Dávila, Mgs.

Guayaquil, 26 de Noviembre del 2018.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Baldeón Montesdeoca Stephania Liberia**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, *Análisis De La Percepción De La Calidad Del Servicio De Pasaportes Ordinarios Del Consulado Del Ecuador En Los Ángeles*, previo a la obtención del Título de **Máster en Gerencia en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

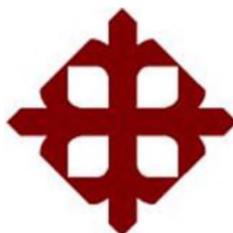
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 26 de Noviembre del año 2018

LA AUTORA

f. _____

Baldeón Montesdeoca Stephania Liberia



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Baldeón Montesdeoca Stephania Liberia**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo, *Análisis De La Percepción De La Calidad Del Servicio De Pasaportes Ordinarios Del Consulado Del Ecuador En Los Ángeles***, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 del mes de Noviembre del año 2018

LA AUTORA:

f. _____

Baldeón Montesdeoca Stephania Liberia

AGRADECIMIENTO

A Dios, con ÉL todo, sin ÉL nada.

A mi familia en Ecuador, por el apoyo constante, por su soporte e inspiración.

A mi nueva familia en Los Ángeles, los Borine, gracias por tanto.

A mis compañeros de aula, a mis maestros y a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por haberme acogido desde que inicié mi sueño de ser una profesional en pregrado y hoy en postgrado. Es inevitable recordar que en estas aulas nació mi primer negocio, Parada Verde, como uno de tantos talleres y hoy después de dos años sigue en pie.

A todos mis amigos y a quienes me ayudaron a llegar donde estoy, la gratitud es la memoria del alma, ustedes saben quiénes son.

A Sabrina, mi tutora, gracias por la paciencia y el cariño.

DEDICATORIA

“Quien no espera vencer, ya está vencido”

José Joaquín de Olmedo

A mi madre Gisela Montesdeoca y a mis abuelitos Vilma Naranjo y Ecuador Briones, los amo infinitamente, ustedes siempre serán el motivo más importante para volver a casa. Qué bendición tenerlos con vida y poderles regalar esto. No me alcanzará la vida para seguirlos llenando de orgullo. Gracias por inculcarme valores y principios, aquí está el resultado.

A mi esposo Daniel Jason Borine, gracias por iluminar mi vida y por no dejar que me rinda, gracias por motivarme a ser una mejor persona siempre. Gracias por haberme devuelto la alegría y caminar de la mano por el resto de nuestros días.

Stephania Baldeón Montesdeoca

INDICE

AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA	V
CAPITULO I.....	5
1. TEMA	5
1.1 INTRODUCCIÓN	5
1.2 Problemática.....	7
1.3 Justificación.....	10
1.4 OBJETIVOS	11
1.4.1 Objetivo General	11
1.4.2 Objetivos Específicos.....	12
1.5 Resultados Esperados.....	12
CAPITULO II	14
2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
2.1 Marco Conceptual	14
2.1.1 La Calidad	14
2.1.2 Marketing de servicio.....	24
2.1.3 Marketing relacional.....	30
2.1.4 Comportamiento del consumidor.....	31
2.2 Marco Referencial	33
2.3 Marco Legal	35
2.3.1 Ley Del Sistema Ecuatoriano De La Calidad.....	35
CAPITULO III.....	37
3 MARCO METODOLÓGICO	37
3.1 Enfoque de la investigación	37
3.2 Tipo de investigación	37
3.3 Diseño de la investigación.....	38
3.4 Población y muestra.....	38
3.5 Operacionalización de las variables	39
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	41
3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	41
CAPITULO IV.....	42
4 ANÁLISIS DE RESULTADOS	42
4.1 Análisis de Estadísticas Descriptivas	42
4.2 Futuras líneas de Investigación	53
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	57

Bibliografía	59
ANEXOS.....	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Reporte comparativo de la emisión de pasaportes ordinarios año 2016 y 2017.	7
Tabla 2 Tiempo de respuesta en la atención consular- servicio de pasaportes.....	9
Tabla 3 Principales aportes al concepto de calidad	15
Tabla 4 Teorías Administrativas.....	17
Tabla 5. Operacionalización de las variables	40
Tabla 6. Estadísticas descriptivas de datos demográficos	42
Tabla 7. Escala entre el 1 y 5 usada para identificar la duración de los trámites encuestados en el Consulado de Ecuador en Los Ángeles	48
Tabla 8. Estadísticas Descriptivas para la primera pregunta planteada en la encuesta. .	62
Tabla 9. Estadísticas Descriptivas para la quinta pregunta planteada en la encuesta.	64

INDICE DE FIGURA

Figura 1 Principios de Gestión de la calidad, tomado de Propuesta de un modelo de la ruta de la calidad para el mejoramiento del servicio de provisión de equipos y maquinaria pesada. Caso: Empresa Petrolera de (Pumasunta, 2017, págs. 37-43)	19
Figura 2 Línea de tiempo de evolución de la calidad, tomado del artículo Calidad y su Evolución: una revisión de (Torres, Ruíz, Solís, & Martínez, 2012, pág. 102)	20
Figura 3 Diagrama de Deming, adaptado del libro Desarrollo de una cultura de calidad de	22
Figura 4 Ciclo de Deming, adaptado de Las cuatro etapas para la mejora continua en la organización de (ESAN, 2016).....	23
Figura 5. Categorías de oferta de servicio, tomado del libro Dirección de Marketing de (Kotler & Keller, 2012)(p. 356).....	25
Figura 6 Características de los servicios, tomado del libro Dirección de Marketing de (Kotler & Keller, 2012)(p. 358-361)	27
Figura 7 Modelo de brechas de servicios, tomado del artículo Modelo de brechas del servicio de.....	29
Figura 8 Las 3p's adicionales de los servicios, tomado del artículo Cuando las 4 P's no son suficientes (Delgado, 2016)	30
Figura 9 Elementos claves que componen el marketing de relaciones, tomado del libro Dirección de Marketing de (Kotler & Keller, 2012)	31
Figura 10. Frecuencia de las respuestas obtenidas mediante el uso de la encuesta en el consulado de Ecuador en Los Ángeles.....	44
Figura 11. Frecuencia de las respuestas obtenidas mediante el uso de la encuesta en el consulado de Ecuador en Los Ángeles.....	45
Figura 12. Frecuencia de las respuestas obtenidas mediante el uso de la encuesta en el consulado de Ecuador en Los Ángeles.....	47
Figura 13. Respuestas que mayormente se repiten en los servicios ofrecidos por el Consulado Ecuatoriano en Los Ángeles acorde a la escala presentada.....	48
Figura 14. Pregunta número 2 en la cual se busca identificar si los encuestados han participado en eventos realizados por el consulado.....	49
Figura 15. Pregunta número 3 en la cual se busca identificar si los encuestados han participado en algún proceso electoral anterior	50
Figura 16. Pregunta número 4 en la cual se busca identificar las redes que son mayormente usada para información por parte de los usuarios.....	50

CAPITULO I

E1.TEMA

1.1 INTRODUCCIÓN

El Ecuador en la actualidad cuenta con 12 consulados en Estados Unidos y una Embajada (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2018), los cuales, basados en el principio de protección a los ciudadanos, brindan servicios consulares. En el Estado de California, el consulado se encuentra en la ciudad de Los Ángeles, siendo la única que atiende alrededor de 50.000 ecuatorianos en la zona según el censo que data en los archivos consulares (Zambrano Mero, 2018). Dentro de las competencias están los servicios de registro civil e identidad, emitir documentos de identificación como cédula y pasaporte y renovación de los mismos (Ley Orgánica de Movilidad Humana, 2017).

El pasaporte representa un documento oficial de viaje, es personal, individual e intransferible, le permite a las personas identificarse, poder salir y movilizarse dentro y fuera del territorio nacional como un derecho, a su vez como una de las obligaciones que se generan está el hecho de presentarlo a las autoridades migratorias de cada país para presentarlo a su ingreso y a la salida, en muchos de los casos son sellados.

Dentro de los tipos de pasaportes que confiere el Estado ecuatoriano son: (a) ordinario; (b) diplomático; (c) oficial y de servicio; y, (d) de emergencia (Ley Orgánica de Movilidad Humana, 2017). Son 45 los países que le abren puertas al pasaporte ecuatoriano para la libre movilidad de sus portadores sin necesidad de visa, gracias a los

convenios diplomáticos que ha realizado la Cancillería como cartera de Estado (Ministerio de Relaciones y Movilidad Humana, 2018).

El presente proyecto pretende analizar la percepción de la calidad del servicio de pasaportes ordinarios del Consulado del Ecuador en Los Ángeles- Estados Unidos teniendo en cuenta la importancia de este documento para los migrantes en temas de identidad, para viajar, para realizar trámites notariales, entre otros. Cabe recalcar que algunos casos los migrantes se encuentran en situación de vulnerabilidad, sin documentación regular en el país donde migraron y este documento representa la única forma de identificación para protección de su Consulado.

Este servicio es uno de los más representativos dentro de los ingresos económicos del Consulado, ya que según sus cifras, tiene una alta demanda entre los usuarios (Consulado de Ecuador en Los Ángeles, 2018). Cabe realizar un análisis que permita entender la percepción que tienen los usuarios en cuanto a la satisfacción de los servicios que los funcionarios de la Misión Diplomática les dan.

Teniendo en cuenta lo expuesto, y las responsabilidades que implica, en el presente estudio se pretende abordar el tema a través de la revisión de marco teórico en términos de marketing de servicios, atención al cliente, marketing de experiencia, servicio al cliente, satisfacción del servicio, calidad del servicio entre otros como base conceptual para la realización de una investigación descriptiva concluyente en base a los objetivos que se planteen.

La investigación a realizar pretende evaluar la calidad del servicio brindado para pasaportes ordinarios del Consulado del Ecuador en Los Ángeles-Estados Unidos para la exposición final de las conclusiones del estudio así como las recomendaciones que se consideren pertinentes.

1.2 Problemática

El pasaporte es otorgado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana mediante sus delegaciones Consulares. Dentro de los principios, este no se le niega a ningún ciudadano, si cumplen los requisitos: Cédula de Ciudadanía o Pasaporte anterior (en caso de que este esté caducado o deteriorado). Su duración es de 5 años y el costo es de \$70,00 para todas las personas menores a 65 años, para las personas de la tercera edad, el 50% de exoneración, en cumplimiento de la disposición legal y para las personas con discapacidad no tiene costo, previa presentación del carnet respectivo emitido por la entidad competente (Ley Orgánica de Movilidad Humana, 2017).

En el promedio que data en sus registros consulares, se calcula la emisión de 120 pasaportes mensuales. Según los reportes del sistema Essigex, del Consulado del Ecuador en Los Ángeles, este obtuvo \$208,564 de recaudación en el año 2016 y \$159,381.5 de recaudación anual en el año en el año 2017, es así que la emisión de pasaportes representa alrededor del 50% de la recaudación de esta dependencia gubernamental (Consulado de Ecuador en Los Ángeles, 2018).

A continuación, se describe tabla comparativa de las emisiones de pasaportes entre el año 2016 y 2017.

Tabla 1 Reporte comparativo de la emisión de pasaportes ordinarios año 2016 y 2017.

Año DE EMISIÓN	NÚMERO DE PASAPORTES ORDINARIOS IMPRESOS A USUARIOS EN LOS ANGELES	% DE CRECIMIENTO	NÚMERO DE PASAPORTES IMPRESOS USUARIOS OTROS PAÍSES (Centro de Impresión)	% DE CRECIMIENTO	TOTAL DE PASAPORTES IMPRESOS
2016	1352	10,36%	376	257,7%	1728
2017	1492		969		2461

Crecimiento total: **42,42% anual**

Existen aproximadamente 90 consulados de Ecuador en el exterior mismos que atienden aproximadamente a 380.000 ecuatorianos en todo el mundo, los cuales cuentan con una plataforma de agendamiento de citas y pagos virtuales cuyo objetivo es ahorrar tiempo en la emisión de servicios tanto en los usuarios como en los funcionarios, pues los pagos van directo a la cuenta de la institución así como la verificación de datos es más eficaz y de detectar algún problema, el usuario podrá resolverlo y re agendar su cita (Consulado de Ecuador en Los Ángeles, 2018).

El Consulado del Ecuador en Los Ángeles es centro de impresión de 19 países a nivel internacional, atendiendo así la necesidad de 23 consulados. En el año 2017 este Consulado imprimió 2461 pasaportes, de los cuales 969 eran solicitudes de otros países, lo que quiere decir que 1492 fueron usuarios que acudieron a las instalaciones del Consulado para pedir este servicio (Ley Orgánica de Movilidad Humana, 2017).

Considerando la relevancia del servicio de emisión de pasaportes ordinarios, se llevó a cabo una investigación exploratoria para medición del nivel de satisfacción del servicio actualmente recibido por los usuarios, destacando como hallazgos que uno de cada diez usuarios de pasaportes presenta una queja; la razón identificada por la que este 10% presenta algún tipo de insatisfacción es que debido a la presencia de errores de fechas o nombres que no lo han corregido en Registro Civil en Ecuador y dentro del Consulado existe esa limitación y no se pueden hacer cambios del sistema oficial denominado SICOF (Consulado de Ecuador en Los Ángeles, 2018).

Otro de los problemas que se presentan tiene relación directa con los sistemas tecnológicos utilizados por el Consulado para sus usuarios: (a) Pasaportes que se tramitan por CONSULADO VIRTUAL al momento de pasar a la entrega en el módulo de pasaportes no se puede realizar, por lo que se envía una solicitud a MESA DE AYUDA;

(b) Pasaportes que no pasan el módulo de Control de Calidad, hay que escribir a Mesa de ayuda para que lo pase al módulo de entrega de pasaportes y eso eleva el tiempo de emisión de pasaportes (Carranza, 2018).

En vista de la problemática que enfrenta el servicio de emisión de pasaportes ordinarios, el consulado realiza evaluaciones periódicas sobre la percepción del servicio que reciben los usuarios con la finalidad de cumplir con el objetivo de prestar servicios consulares eficientes y oportunos, para ello considera el indicador de porcentaje de cumplimiento en el tiempo de respuesta en la atención consular.

A continuación se muestran los resultados de las encuestas efectuadas por el consulado de los meses de Enero a Abril del 2018.

Tabla 2 Tiempo de respuesta en la atención consular- servicio de pasaportes

Meses	Tiempo promedio	Tiempo Estándar
Enero	32,79	30
Febrero	35,75	30
Marzo	29,75	30
Abril	33,15	30
	131,44	30

Nota: Variación del tiempo promedio de respuesta en la atención consular – servicio de pasaportes, tomado de los archivos del (Consulado de Ecuador en Los Ángeles, 2018)

De acuerdo a los resultados de las encuestas efectuadas, se obtuvo que en promedio en estos cuatro meses el tiempo de atención es de 32,86 minutos, por encima del tiempo estándar aprobado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, destacando dos problemas principales: retraso en el consulado virtual por fallas en el sistema y la falta de documentación de los usuarios al momento de presentarse en ventanilla.

1.3 Justificación

El Consulado del Ecuador en Los Ángeles está obligado proteger y asistir a los ciudadanos ecuatorianos en el exterior, indistintamente de su condición migratoria, para el adecuado ejercicio de sus derechos y obligaciones, recibirán la, cualquiera sea su condición migratoria por ello que es menester estudiar la percepción que tienen en cuanto a sus servicios. La emisión de pasaportes ordinarios representa más del 50% de las atenciones de todo el consulado y con ello, en este mismo porcentaje representan los ingresos para el Consulado del Ecuador en Los Ángeles (Ley Orgánica de Movilidad Humana, 2017).

Esta institución tiene como objetivo la asistencia de cerca de 50 mil ciudadanos que residen en el estado de California y sus alrededores, dentro de los cuales se encuentran también personas en estado de vulnerabilidad cuyo estatus legal no es regular, otras personas que por sus condiciones de salud o físicas no pueden trasladarse a Ecuador, entre otros casos para quienes este pasaporte representa el único documento de identificación del ciudadano para todos sus trámites.

Si bien es cierto, la ley faculta a las Misiones Diplomáticas a la emisión de cédulas de identidad también, según la Ley Orgánica de Movilidad Humana Art. 16, estas no se emiten dentro de esta jurisdicción debido a que no cuentan con el equipo de emisión correspondiente además no cuentan con las atribuciones asignadas por el organismo rector, en este caso el Registro Civil del Ecuador. La ley notarial señala que para todos los trámites legales a ejecutarse en el territorio ecuatoriano, los únicos requisitos aceptados son la cédula de identidad o pasaporte de Ecuador, motivo por el cual todos los usuarios, que buscan servicios consulares, se ven en la obligación de adquirirlos.

Como parte de la justificación social de la presente investigación se puede destacar al Consulado como una institución que vela por la protección de los derechos de los migrantes en territorio extranjero, sobre todo los que están con vulnerabilidad, para lo cual los hallazgos del estudio servirán como diagnóstico del servicio de pasaportes actualmente brindado para el desarrollo de un plan de mejora para el incremento de los niveles de satisfacción de los usuarios. Cabe resaltar, que el Consulado debe emprender una campaña de comunicación a los usuarios para que tengan claridad en los requisitos para acceder al servicio de pasaportes, los cuales van a variar dependiendo de situaciones particulares.

Teniendo en cuenta la justificación académica, el presente estudio puede ser una guía o referencia para futuras investigaciones que se deseen llevar a cabo sobre niveles de satisfacción en otros servicios brindados por otras instituciones públicas; así mismo para los estudiantes de marketing o carreras relacionadas que busquen llevar a cabo investigaciones de calidad o percepción de un servicio específico.

Finalmente, como justificación empresarial se ha detallado anteriormente la importancia del servicio de emisión de pasaportes para el Consulado de Ecuador en Los Ángeles, por lo cual se considera relevante para el desarrollo del plan de comunicación y el manual de servicios la realización del estudio de los niveles de satisfacción de los usuarios del servicio de pasaportes ordinarios.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Analizar la percepción de la calidad del servicio de pasaportes ordinarios del Consulado del Ecuador en Los Ángeles en los usuarios ecuatorianos.

1.4.2 Objetivos Específicos

- I.** Determinar las principales causas de satisfacción e insatisfacción de los usuarios del servicio de pasaportes ordinarios en el consulado de Ecuador en Los Ángeles
- II.** Analizar el flujograma de procesos del servicio de emisión de pasaportes ordinarios en el Consulado de Ecuador en Los Ángeles
- III.** Identificar los canales de comunicación ideales para informar a los usuarios del servicio de emisión de pasaportes ordinarios en el Consulado de Ecuador en Los Ángeles

1.5 Resultados Esperados

Mediante la realización del presente estudio se podrá identificar los principales motivos y causas por las cuales se genera insatisfacción en el servicio de emisión de pasaportes ordinarios del Consulado del Ecuador en Los Ángeles. Con dichos hallazgos se espera establecer un diagnóstico de la situación actual del servicio para proponer posibles mejoras a ejecutar para incrementar los niveles de satisfacción de los usuarios.

Por otra parte, se busca identificar la percepción general de los usuarios respecto al Consulado del Ecuador en Los Ángeles para poder proponer el desarrollo de planes de comunicación de los servicios a los usuarios ecuatorianos y que puedan conocer acerca de la omisión – eliminación de ciertos requisitos para el trámite lo cual reduce tiempo de espera.

Al finalizar este estudio de análisis podremos identificar las razones por las cuales se incrementan las quejas en la emisión de los pasaportes en el consulado para proponer planes de mejora y de comunicación a la institución. Este estudio será la base para que esta institución pueda construir el manual de procedimiento que no existe en la actualidad

y a su vez un plan de comunicación dirigida a este procedimiento para así poder difundir con claridad la información y amortiguar las quejas dentro de este servicio cuya razón de ser es un principio humano, la identificación. Además, se pretende lograr identificar los canales de comunicación ideales para informar a los usuarios del servicio de emisión de pasaportes ordinarios en el Consulado de Ecuador en Los Ángeles.

CAPITULO II

2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 La Calidad

2.1.1.1 Teoría de la Calidad

La revolución de la calidad tiene sus inicios en el proceso industrial, abarcando diversos sectores tanto económicos como sociales, con la finalidad de cumplir con tres objetivos:

1. Verificación y control de la calidad en los productos finales.
2. Control de los procesos productivos garantizando la eficacia y eficiencia,
3. Mostrar una calidad total dirigida a la mejora continua y con la participación de todos los involucrados en el proceso (Salgado, 2015, pág. 20).

Luego de darse los primeros pasos en la implementación de la Mejora Continua en el 1984, se remontan los antecedentes del Enfoque de la Calidad Total, durante la Segunda Guerra Mundial por los EE.UU. para supervisar la calidad de las armas que pasaban por un proceso de transformación, lo cual conllevó a tomar medidas de control en cada proceso para desechar los productos que no cumplían con los parámetros mínimos para garantizar su buen funcionamiento.

A lo largo de la historia, existieron varios autores que influyeron en el concepto y la percepción de la calidad en un producto, a continuación se muestra una breve descripción de los autores más relevantes.

Tabla 3 Principales aportes al concepto de calidad

Autor	Aportación
Walter Shewhart	Ciclo de Shewhart (PDCA): “El proceso metodológico básico para asegurar las actividades fundamentales de mejora y mantenimiento: PLAN-DO-CHECK-ACT (Planificar, Hacer, Comprobar y Ajustar). También desarrolló el Control Estadístico de Procesos.
Edward Deming	Los catorce puntos de Deming: pretende mostrar la importancia del papel de las personas y en especial de la dirección en la competitividad de las organizaciones.
Joseph Juran	Trilogía de Juran sobre la gestión de la calidad: se basa en tres aspectos: planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad.
Kaoru Ishikawa	Círculos de Calidad: pequeño grupo compuesto por personas voluntarias, que resuelve los problemas de los niveles más operativos de la organización. Persiguen como objetivo último la obtención de mejoras en el seno de la organización.
Taiichi Ohno	Just in time (JIT): está orientada a mejorar los resultados de la organización con la participación de los empleados a través de la eliminación de todas las tareas o actividades que no aporten valor (despilfarro). Permite entregar al cliente el producto con la calidad exigida, en la cantidad precisa y en el momento exacto.
Masaaki Imai	Kaizen: estrategia de mejora continua, que sintetiza algunas de las principales teorías sobre la calidad, aplicándolas a todos los ámbitos de la organización: todo es mejorable, mejoras graduales, uso de tecnología existente, información abierta.
Genichi Taguchi	Ingeniería de la Calidad: Métodos para el diseño y desarrollo de los procesos de industrialización con el máximo de eficiencia.
Kiyoshi Suzaki	Gestión Visual: es un sistema donde la información necesaria para la gestión operativa está presente allí donde trabajan las personas.
Philip Crosby	Cero defectos: se enfoca a elevar las expectativas de la administración y motivar y concientizar a los trabajadores por la calidad.

Nota: La calidad total, tomado de *Euskalit, Fundación Vasca para la excelencia* (Euskalit, 2015)

No obstante, existe un modelo estadístico que se basa en la supresión de errores y control de la variación del proceso mediante gráficos de control que es representado por Edwards Deming, conocido como el profeta de la calidad. Otro responsable de introducir

el enfoque orientado a la calidad, es el norteamericano Joseph Juran, quien respalda la filosofía, de que la calidad se consigue más por las personas que por las técnicas, es decir es la aptitud para el uso. Philip Crosby defiende la filosofía, de cumplir los requisitos, porque al definir con claridad los requisitos se evitan cometer errores.

El enfoque de la Calidad está compuesto por una filosofía y herramientas estadísticas para dar solución a los problemas. En cuanto a la filosofía abarca los siguientes aspectos:

- El mejoramiento de la calidad, a través de la supresión de las causas de los problemas en el sistema, sin duda conlleva a mejorar la productividad.
- Quien tiene mayor conocimiento de un trabajo es la persona a quien se le designa.
- Todo colaborador debe sentirse involucrado al realizar su trabajo, para obtener resultados positivos.
- Los colaboradores deben sentirse motivados dentro de la organización.
- Es necesario trabajar en equipo, para mejorar un sistema.
- Se debe estructurar un proceso con la ayuda de técnicas gráficas para mejores resultados.
- Mediante las técnicas gráficas se puede dar solución a la ubicación y conocer donde existen variaciones, la relevancia de los problemas que deben ser resueltos y el impacto que ha tenido los cambios realizados.
- No debe existir adversaria entre el colaborador y la gerencia, porque resulta contra productivo y anticuado.

- Es indispensable obtener un clima de confianza mutua, para que fluyan las ideas por todos quienes componen la organización.
- Toda entidad está compuesta por “tesoros humanos” que esperan ser pulidos y descubiertos.

Por otro lado, existen una gran variedad de herramientas gráficas y estadísticas que se utilizan en el enfoque de la Calidad Total, entre las más conocidas están los diagramas de Venn, De Flujo, De Control, De Dispersión y de Causa-Efecto; la hoja de inspección, los gráficos Circular, de Pareto, de Barras, el análisis de campos de fuerza, la estratificación y los histogramas, etc. Además también existen varias herramientas de trabajos en equipos como la lluvia de ideas (brainstorming), la conformación de los círculos de calidad, la técnica grupo nominal.

La calidad total es considerada como un sistema de gestión por medio el cual una organización busca satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes, empleados, accionistas y de toda la sociedad en general, tomando como herramientas los recursos que dispone como: personas, tecnología, materias, sistemas productivos, etc.

Como se observa en diferentes estudios existen muchos resultados y aportaciones que a lo largo de los años han sido de mayor relevancia para la competitividad de las organizaciones, haciendo énfasis a muchos aspectos por medio de teorías administrativas que permiten perfeccionar las estrategias de las empresas.

En la siguiente tabla se muestran las teorías que fueron estudiadas para una mejor gestión de una organización:

Tabla 4 Teorías Administrativas

		ESTUDIOS
ENFASIS	TEORIAS ADMINISTRATIVAS	
En las tareas	Administración científica	Racionalización del trabajo en el nivel operacional
En la Estructura	Teoría Clásica	Organización formal / Principios generales de la administración / Funciones del administrador
	Teoría neoclásica	Organización formal burocrática
	Teoría de la burocracia	/ Racionalidad organizacional
	Teoría estructuralista	Enfoque múltiple: Organización formal e informal / Análisis intraorganizacional y análisis interorganizacional
En las personas	Teoría de las relaciones humanas	Organización Informal/ Motivación, liderazgo, comunicaciones y dinámica de grupo.
	Teoría del comportamiento organizacional	Estilos de administración / Teoría de las decisiones / integración de los objetivos, organizacionales e individuales.
	Teoría del desarrollo organizacional	Cambio organizacional planeado / Enfoque de Sistema Abierto
En el Ambiente	Teoría estructuralista	Análisis intraorganizacional y análisis ambiental / Enfoque de sistema abierto
	Teoría neoestructuralista	Análisis ambiental (imperativo ambiental) / Enfoque de sistema abierto
	Teoría situacional	abierto
En la tecnología	Teoría Situacional o contingencia	Administración de la tecnología (imperativo tecnológico)

Si bien es cierto cada organización presenta una necesidad diferente, por ende, es necesario realizar un análisis interno y externo, para determinar cuáles son las estrategias que esta debería aplicar para poder competir en el mercado y obtener el éxito, ya que existen diferentes aspectos de la calidad que son considerados por las organizaciones

dependiendo del lugar en que se encuentren y de las actividades que realizan.

2.1.1.2 Principios De La Gestión De La Calidad

Según la Organización Internacional de Normalización (ISO) indica que la norma ISO 9004:2009 proporciona ocho principios para la gestión de la calidad, los cuales dan una ayuda y una orientación para conseguir el éxito sostenido en la organización (Pumasunta, 2017).

Enfoque al cliente	Las organizaciones dependen netamente de sus clientes, por lo cual deben buscar satisfacer sus necesidades actuales y futuras, si es posible esforzarse en sobrepasar las expectativas de los clientes.
Liderazgo	Los líderes están en la obligación de crear y mantener un ambiente agradable, para que el personal puede desenvolverse totalmente y lograr los objetivos de la organización.
Participación de las personas	El personal es el capital más valorado de una organización por las habilidades que posee para el beneficio de la organización.
Enfoque de sistema para la gestión	Detectar, comprender y ejecutar los procesos que están interrelacionados para lograr los objetivos.
Enfoque basado en procesos	Las actividades y los recursos vinculados son gestionados como un proceso.
Mejoramiento Continuo	Debe estar plasmada como un objetivo en la organización.
Toma de decisiones basadas en hechos	Basarse en análisis de los datos y la información para obtener decisiones eficaces.
Relación mutuamente benéfica con proveedores	Incrementa la capacidad de crear un valor, al lograr una relación mutuamente beneficiosa. Sugiero que de esta literatura hagamos una figura que describa lo que dice aquí.

Figura 1 Principios de Gestión de la calidad, tomado de Propuesta de un modelo de la ruta de la calidad para el mejoramiento del servicio de provisión de equipos y maquinaria pesada. Caso: Empresa Petrolera de (Pumasunta, 2017, págs. 37-43)

2.1.1.3 Etapas de la Calidad

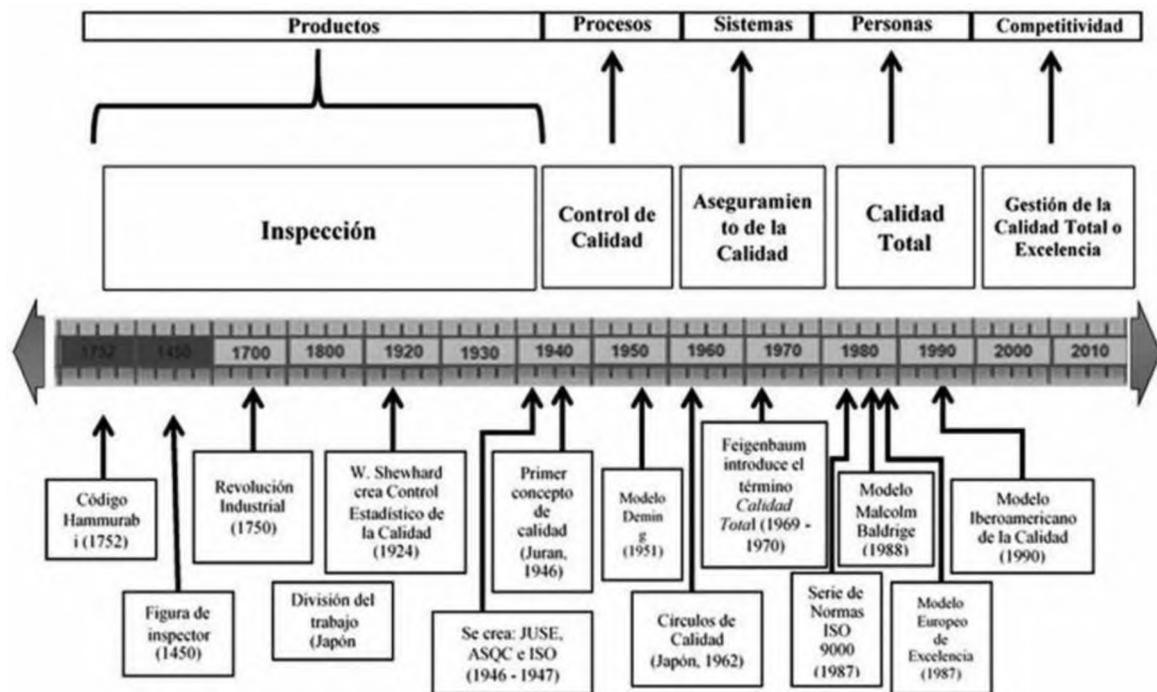


Figura 2 Línea de tiempo de evolución de la calidad, tomado del artículo *Calidad y su Evolución: una revisión* de (Torres, Ruíz, Solís, & Martínez, 2012, pág. 102)

Inspección

Esta etapa se caracterizó por detectar y solucionar los problemas que fueron generados por la falta de uniformidad del producto, porque apareció la figura del inspector, quien vigila y examina; volviéndose una actividad reactiva, porque se reaccionaba a los productos que tenían fallas cuando ya eran transformados y se trataba de eliminar el error, lo que impedía llegar a manos de consumidores, porque eran reprocesados o despachados.

Control Estadístico del proceso (década de 1930)

En esta etapa la calidad era comprendida como un problema de variación que puede ser prevenido y controlado por medio de la supresión de las causas que lo generaban, de tal manera que la producción pudiese cumplir con la tolerancia al especificar su diseño. La inspección no era tan masiva como en el siglo XIX, por motivo

a que, en esta etapa, estaba enfocada en el control de los procesos y era caracterizada por los métodos estadísticos que se utilizaban para reducir los niveles de inspección.

Etapa del Aseguramiento de la Calidad (década de 1950)

En la etapa de aseguramiento de la calidad se denota que la calidad no solo depende de los procesos de manufactura, sino que además necesita servicios técnicos, donde se coordinen los esfuerzos entre las áreas de diseño de producto producción, abastecimiento, ingeniería de procesos, etc.

En esta época, surge la necesidad de integrar nuevos departamentos en la planeación, diseño y ejecución de políticas de calidad, para tener un mejor control estadístico orientado al proceso de manufactura, de tal manera que no se presente la idea de la calidad en servicios de soporte y menos la del servicio del consumidor.

Etapa de la administración estratégica por calidad (década de 1990)

En la etapa de administración estratégica por calidad se hace énfasis en las necesidades del consumidor dentro del mercado, al darse cuenta los efectos estratégicos de la calidad que surgen en el proceso de competitividad. Esta etapa está enfocada a satisfacer a los clientes internos y externos, adoptando modelos de excelencia que se basan en principios de calidad total, donde se determinan el rumbo y la cultura que se persigue para establecer los proyectos estratégicos que se requieren al colocar a la organización en un nivel de competencia que brinde crecimiento y permanencia.

Etapa de la innovación y la tecnología

Se inicia una quinta era denominada innovación y tecnología a comienzos del siglo XXI, donde la competitividad se vincula con la capacidad para replicar a los cambios en el mercado y las fluctuaciones políticas, sociales, financieras y económicas de manera ágil, que se sostiene con el uso de la tecnología y la innovación, en los procesos de información y operación.

2.1.1.4 W. Edwards Deming y su aporte al concepto de Calidad

Dentro de los maestros de la calidad esta W. Edwards Deming quien estableció un resumen, que consiste en que la calidad es la base de una economía sana, porque al mejorar la calidad, ya sea de un producto o servicio crean una reacción en cadena que produce un crecimiento en el nivel de empleo, como se muestra en el siguiente gráfico.

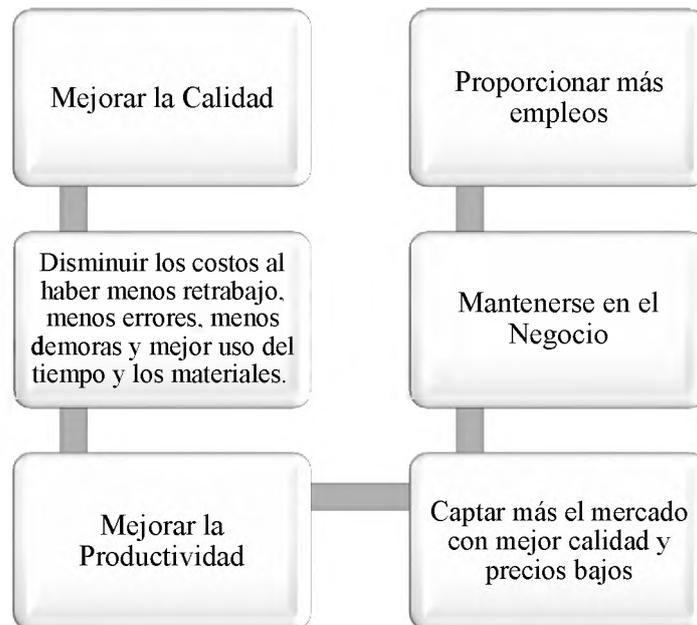


Figura 3 Diagrama de Deming, adaptado del libro Desarrollo de una cultura de calidad de

Cantú (2011)

2.1.1.4.1 Herramienta Para La Mejora Continúa

Deming, considero la mejora continua en las organizaciones como una de las principales herramientas, conocido también como ciclo PHVA (planea, hacer, verificar, y actuar) o Ciclo Deming. Los japoneses se encargaron de darlo conocer al mundo en honor al Dr. William Edwards Deming.

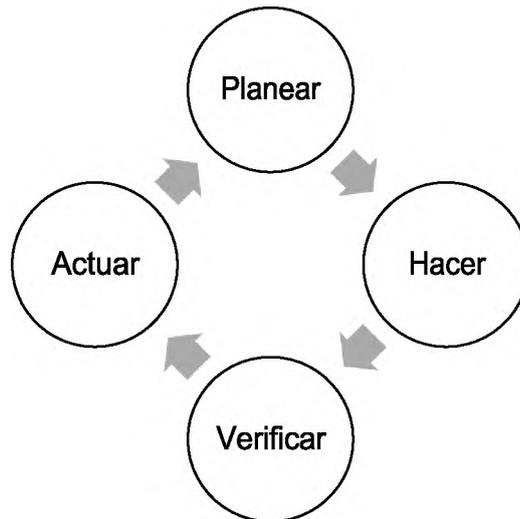


Figura 4 Ciclo de Deming, adaptado de *Las cuatro etapas para la mejora continua en la organización de* (ESAN, 2016)

La calidad y mejora de procesos se transforma en un imperativo para la supervivencia de estas organizaciones, con la finalidad de ofrecer productos y servicios a bajo coste, y que lleguen a satisfacer los requerimientos o necesidades de los clientes (García, 2016).

El ciclo tiene como objetivo tener una secuencia lógica de cuatro pasos que se deben ejecutar consecutivamente, dentro de cada paso se identifican algunas actividades que se deben llevar a cabo, a continuación, se mencionan algunas:

Los cuatro pasos del Ciclo Deming:

Planear

- Implantar los objetivos de mejora
- Detallar las especificaciones de los resultados que se esperan

Hacer

- Implementar Soluciones
- Registrar las acciones ejecutadas

Verificar

- Monitorear los cambios realizados
- Retroalimentar

Actuar

- Realizar los cambios y ajustes necesarios
- Implementar nuevas estrategias.

La teoría de Deming gira alrededor de un proceso de transformación en avance que, siguiendo con los puntos y pecados, las organizaciones estarán en posición de mantenerse a la par con los constantes cambios del entorno económico, pues es indudable que al ser implementadas, se obtendrá mas proceso de lo que las empresas están acostumbradas a realizar (Carro & González, 2012).

Pues conforme a lo que indicó Álvarez (2015), “Si no se mide lo que se hace, no se puede controlar y si no se puede controlar, no se puede dirigir y si no se puede dirigir no se puede mejorar”.

2.1.2 Marketing de servicio

2.1.2.1 Servicio

Según Kotler & Keller (2012), “un servicio es cualquier acto o función que una parte ofrece a otra, es esencialmente intangible y no implica tener propiedad sobre algo” (p. 356).

De igual manera, el servicio puede estar vinculado a un producto físico o no, siendo así que puede ser clasificado de la siguiente manera:

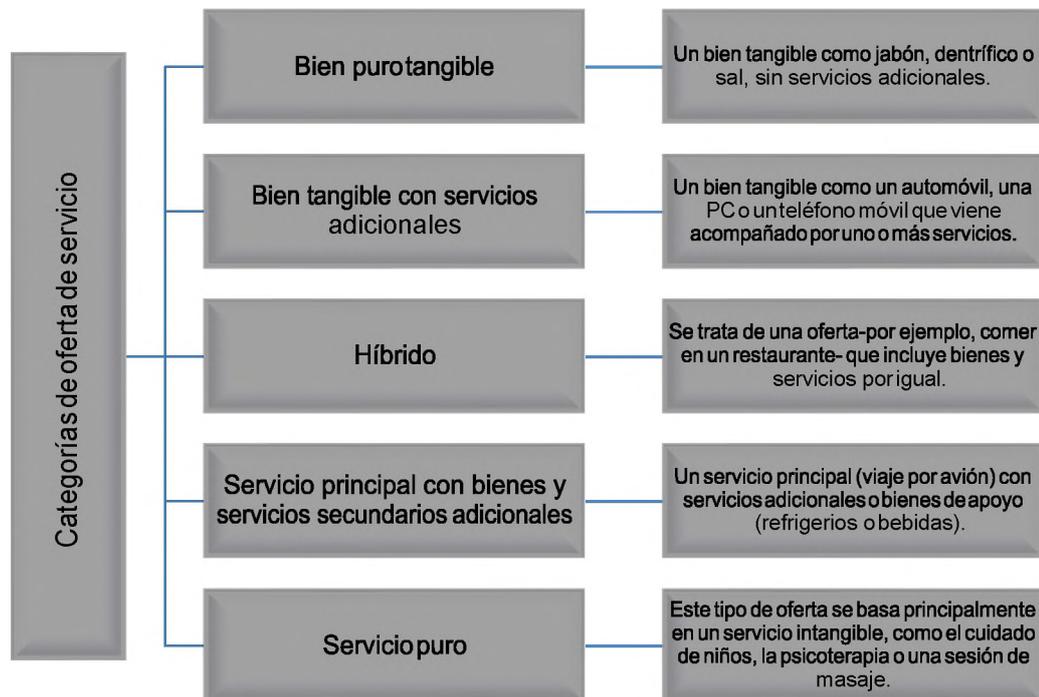


Figura 5. Categorías de oferta de servicio, tomado del libro Dirección de Marketing de (Kotler & Keller, 2012)(p. 356)

2.1.2.2 Calidad del Servicio

La calidad en el servicio es un tema que se ha ido desarrollando dentro de las organizaciones por mucho tiempo, debido a que el mercado cada vez exige un mejor trato y la mejor atención al momento de adquirir un producto o servicio, luego de la calidad, precios, tiempos razonables, seguido de la confiabilidad, y ser persistente en la innovación, por ende cada organización se ve en la tarea de indagar diversas formas para enriquecer dichas exigencias (Instituto Tecnológico de Sonora, 2013).

En la actualidad, existe una gran competencia entre las empresas por ser el líder en el mercado y obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a convertirse en un cliente principal, con visitas frecuentes a la entidad, o adquiriendo varios productos o servicios que esta ofrece, dependiendo del giro de la organización. Por esa razón no se

debe desviarse del objetivo en cumplir con la satisfacción al cliente, y buscar fidelizarlo, tratando de mantener un juicio razonable y una buena imagen de la empresa.

El servicio al cliente ha venido tomando más fuerza conforme se incrementa la competencia, ya que mientras mayor sea la competencia, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en qué entidad va adquirir el producto o servicio que está requiriendo, es ahí donde se origina la importancia de ir perfeccionando el servicio o producto conforme a las necesidades de los clientes, ya que estos son los que tienen la última palabra en decidir que consumir y a quién comprar (Instituto Tecnológico de Sonora, 2013). Según Cantú (2011) “El conjunto de satisfactores es tan extenso como las expectativas de cada individuo en función de su nivel socioeconómico; sin embargo, en todos los casos se necesita que las organizaciones dedicadas a generar dichos satisfactores sean competitivas” (p.1).

El ser competitivo va más allá de tener la capacidad de atraer el interés de accionistas, empleados y clientes, sino que abarca el pensamiento crítico que tienen los consumidores, al querer demandar mejor calidad, precio y tiempo de respuesta. Las personas que constan de preparación de calidad pueden desarrollar y operar organizaciones de calidad, que al mismo tiempo generen productos y servicios de calidad. Entonces es importante el enfoque hacia la calidad personal porque está relacionada con las habilidades, conocimientos, actitudes y valores que permiten que los colaboradores aporten a la organización en la que se desempeña de forma profesional, pudiendo incursionar con éxito en los mercados internacionales, en búsqueda de la satisfacción de la demanda, para ello es importante conocer la situación actual del mercado a la cual se dirige y las características de su economía, con la finalidad de desarrollar una competitividad integral y una cultura de calidad.

Todas las organizaciones, que producen bienes o servicios, están ligadas a la entrega de unos u otros con un conjunto de prestaciones accesorias que se incluyen a la principal; pues la calidad del servicio, consiste en el ajuste de las prestaciones accesorias, a las expectativas, necesidades y deseos del cliente.

2.1.2.3 Características de los servicios

Existen cuatro características distintivas de los servicios: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y caducidad.

Intangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Los servicios no pueden verse, saborearse, sentirse, escucharse u olerse al comprarlos. • Es la característica principal que define lo que es el servicio.
Inseparabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Los servicios son generalmente producidos y consumidos de manera simultánea. • Es decir, el proveedor forma parte del servicio (por ejemplo un estilista y un corte de cabello)
Variabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Depende de quién lo provee, cuándo, dónde y a quién. • Considerar: Inversión en buenas prácticas de contratación y capacitación; estandarización del proceso servicio-desempeño en toda la organización; y, supervisión de la satisfacción del cliente.
Caducidad	<ul style="list-style-type: none"> • Los servicios no pueden almacenarse, así que su caducidad puede ser un problema cuando hay fluctuaciones de la demanda. • Una vez prestado el servicio, se consume completamente y no se puede entregar a otro cliente.

Figura 6 Características de los servicios, tomado del libro Dirección de Marketing de (Kotler & Keller, 2012)(p. 358-361)

2.1.2.4 Modelo de Brechas del servicio

Este modelo permite identificar mediante un esquema los puntos críticos de la organización, es decir, determinar los momentos en que existe una desviación de los objetivos obteniendo resultados no esperados, afectando la relación con el cliente así como la calidad y la experiencia del servicio (González, 2015).

Dentro de este modelo se plantean cinco brechas las cuales están divididas en dos grupos:

- Brechas del cliente.
 - **Diferencia existente entre la expectativa que el cliente tiene de los servicios la percepción que el servicio genera una vez que ha sido comprado y experimentado:** Esta brecha es la más importante puesto que al cerrarla se entrega un servicio de calidad. Las expectativas son los puntos de referencias obtenidos por experiencias, por su parte las percepciones son las evaluaciones subjetivas de las experiencias de servicio por parte de los clientes.
- Brechas de la empresa o proveedor del servicio.
 - **No saber lo que el cliente espera:** la empresa carece de conocimiento sobre las expectativas del cliente, no sabe nada de ellos y tampoco interactúa con ellos.
 - **No seleccionar ni el diseño, ni los estándares del servicio adecuado:** la organización no tiene procesos sistematizados, diseños indefinidos.
 - **No igualar el desempeño del servicio con las promesas hechas previamente:** Está enfocada en la productividad de los empleados y la lógica que están diseñados los estándares y procesos.
 - **Brecha de comunicación:** Diferencias entre la entrega del servicio y las comunicaciones externas que la empresa hace al cliente. Problemas ocasionados por la falta de honestidad o simplemente mala comunicación.

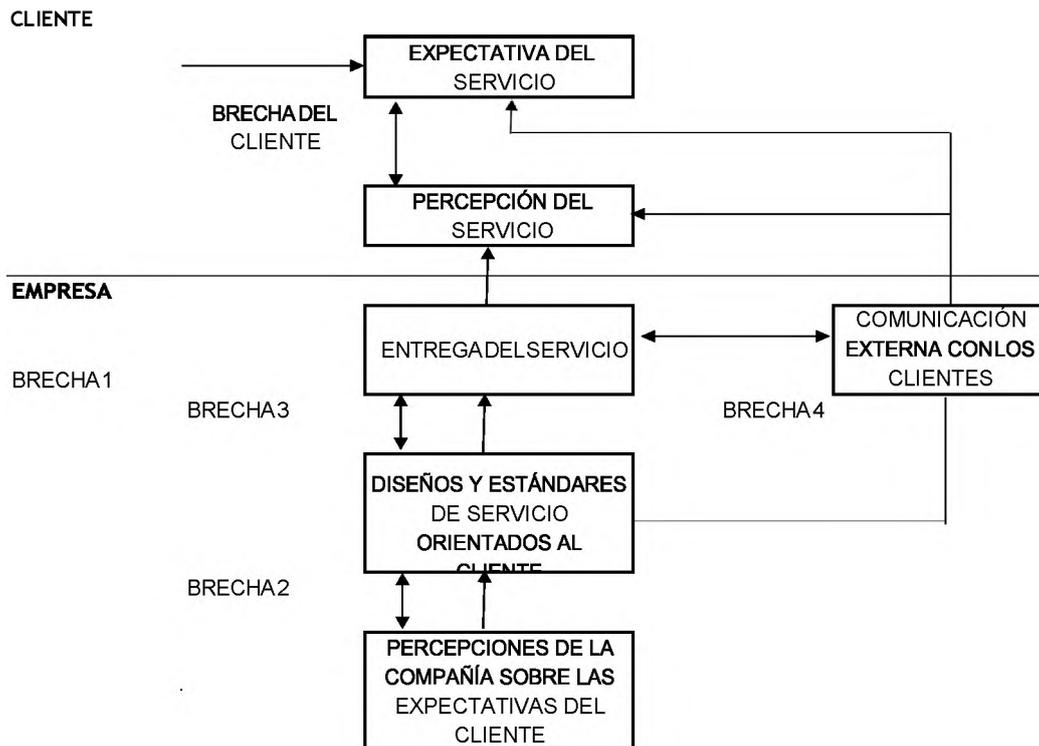


Figura 7 Modelo de brechas de servicios, tomado del artículo Modelo de brechas del servicio de

(González, 2015)

2.1.2.5 Las 3ps adicionales de los servicios

Además de las 4P's que conforman el marketing mix (producto, plaza, promoción y precio) los servicios agregan 3P's adicionales: Personas, Procesos y Evidencia Física (Physical Evidence).



Figura 8 Las 3p's adicionales de los servicios, tomado del artículo Cuando las 4 P's no son suficientes (Delgado, 2016)

2.1.3 Marketing relacional

El Marketing relacional o marketing de relaciones, según Kotler & Keller (2012) “tiene el objetivo de construir relaciones satisfactorias y a largo plazo con los elementos clave relacionados con la empresa con el fin de capturar y retener sus negocios” (p.20). Es decir, está basado en un sistema de ideas y acciones estratégicamente planeadas con una meta de futuro (EAE Business School, 2018).

Es así que el marketing relacional “supone romper con la mentalidad tradicional de la mercadotecnia y el comercio, avanzando hacia una realidad basada en la cooperación la búsqueda del beneficio mutuo y la armonía de las relaciones, en lugar de la competencia y el conflicto” (EAE Business School, 2018). Existen cuatro elementos claves que componen el marketing de relaciones, en donde es necesario que existan un

entendimiento de las capacidades y recursos que posee cada uno de los elementos así como el conocimiento de los objetivos, necesidades y deseos.



Figura 9 Elementos claves que componen el marketing de relaciones, tomado del libro Dirección de Marketing de (Kotler & Keller, 2012)

2.1.4 Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor, según lo define W. Wilkie (1994) citado en (Mollá, Berenguer, Gómez, & Quintanilla, 2014) es “el conjunto de actividades que realizan las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios, con el objeto de satisfacer sus deseos y necesidades, actividades en las que están implicados procesos mentales y emocionales, así como acciones físicas”.

Es así que, el comportamiento del consumidor tiene varias características que lo definen, a decir:

- Es un proceso que incluye numerosas actividades: pre compra (el consumidor detecta necesidades o problemas); compra (selecciona un

determinado lugar donde adquirir lo deseado); pos compra (aparece la sensación de satisfacción o insatisfacción)

- Es una conducta motivada: todo inicia desde que el consumidor percibe alguna necesidad, deseo o problema, a su vez presenta determinados estímulos sean estos de tipo publicitario o personales.
- El comportamiento del consumidor poner en funcionamiento el sistema psicológico del individuo: se pone en funcionamiento el sistema psicológico (cognitivos, afectivo, conductual).

Ahora bien, existe cierta relación entre los conceptos de cliente y consumidor, sin embargo el término cliente según Arellano et al. (2013) “no sólo abarca a los individuos que compran a título personal, sino que también incluye a los individuos que compran en nombre de la empresa, ya sea lucrativa o no” (p.37). Así pues se plantean diferencias entre estos términos:

Cliente:

- Compra periódicamente en una tienda o empresa
- Puede considerarse el usuario final o no de un determinado producto o servicio.
- Puede servir como intermediario entre el productor y el consumidor final.

Consumidor:

- Es la persona que consume el producto o servicio, es decir, es quien obtiene el beneficio central.
- Puede considerarse cliente, si es que es la misma persona que lo compra y lo consume.

2.2 Marco Referencial

La investigación realizada por Loli et al. (2013) denominada “La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana”, tenía el objetivo de conocer la relación existente entre la satisfacción de los clientes y al calidad del servicio en organización públicas y privadas, tomando una muestra de 174 individuos los cuales acuden a dichas entidades para comprar bienes o servicios de manera general. En donde se consideraron factores como: producto/ servicio; precio; ambiente; sinceridad; cortesía; confiabilidad; puntualidad; conocimiento; habilidad; experiencia; satisfacción y confiabilidad total.

La hipótesis central que maneja la investigación es que la calidad del producto/servicio depende en gran medida de la capacidad de respuesta de la organización, de la actitud personal favorable o desfavorable de los trabajadores, así como de la capacidad profesional que estos tengan.

Finalmente es estudio concluye en que, existe una correlación entre la satisfacción y los componentes de la calidad producto/ servicio, ya que a mayor satisfacción del cliente, la opinión que este dé se más favorable respecto de la calidad del servicio que recibe, el precio del producto, la confiabilidad, la puntualidad, cortesía, así como del conocimiento, las habilidades y la experiencia que tengan los colaboradores. Sin embargo, no existe una relación entre la satisfacción del cliente con la sinceridad con que actúan los trabajadores, percibiéndose esto como un riesgo el creer que los trabajadores son sinceros.

Otro trabajo propuesto por Tonato (2017), titulado “La calidad del servicio Público en el Ecuador: Caso Centro de Atención Universal del IESS del Distrito Metropolitano de Quito, 2014-2016” hace referencia a la problemática encontrada en dicho establecimiento público, en donde los ciudadanos expresa su inconformidad con el servicio recibido por parte de los colaboradores destacando la descortesía, la falta de conocimientos de los servidores públicos, la lentitud en los trámites, discriminación, corrupción, entre otros; factores que opacan la calidad del servicio que presta la institución. El objetivo que persigue la investigación está centrado en el análisis de las interacciones concretas y cotidianas entre ciudadanía y burocracia callejera, para poder determinar la incidencia en la percepción que tiene el cliente externo sobre la calidad del servicio.

Los resultados obtenidos en la investigación mediante la aplicación de técnicas de recolección de información (observación directa, encuesta y entrevista) indicaron que dentro de la institución existen problemas estructurales, comunicacionales y de talento humano. Además de que los burócratas callejeros tienen cuatro prácticas que merman la calidad del servicio prestado: tener al usuario de un lugar a otro; visualizar las incapacidades personales; hacer esperas y autoevaluarse. A su vez, los clientes para enfrentarse a estos problemas recurren a tres tácticas: súplica, privilegio y silencio.

Estos trabajos mencionados, tienen una relación directa con el trabajo que se presenta, ya que el Consulado de Ecuador es una institución pública que está a cargo del Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, mismo que debe garantizar la calidad del servicio que ofrece a todos sus usuarios sin hacer ningún tipo de distinción o discriminación.

No obstante, dentro de la revisión literaria realizada, no se encontraron trabajos propuestos para la percepción de la calidad del servicio de un consulado en específico a nivel global, considerándose la investigación como innovadora.

2.3 Marco Legal

2.3.1 Ley Del Sistema Ecuatoriano De La Calidad

Según Ley Del Sistema Ecuatoriano De La Calidad (2014) en el Art. 7 indican que el sistema ecuatoriano de la calidad es el conjunto de procesos, procedimientos e instituciones públicas responsables de la ejecución de los principios y mecanismos de la calidad y la evaluación de la conformidad (p. 3).

El sistema ecuatoriano de la calidad es de carácter técnico y está sujeto a los principios de equidad o trato nacional, equivalencia, participación, excelencia e información (Presidencia Del Congreso Nacional, 2014).

El sistema ecuatoriano de la calidad se encuentra estructurado por:

- a) Comité Interministerial de la Calidad;
- b) El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN;
- c) El Organismo de Acreditación Ecuatoriano, OAE; y,
- d) Las entidades e instituciones públicas que en función de sus competencias, tienen la capacidad de expedir normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad. e) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) (Presidencia Del Congreso Nacional, 2014).

Conforme a la Ley del Sistema ecuatoriano de calidad, se denota la importancia que existe para el Congreso, sobre las gestiones que realizan las organizaciones y lo que se ofrece, en que se debe tomar en cuenta para poder competir no solo a nivel local sino internacional.

CAPITULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

El presente proyecto tiene un enfoque cuantitativo, que según Hernández Sampieri (2014) “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento” (p.4).

El objetivo que busca alcanzar el proyecto es el análisis de la percepción de la calidad del servicio de pasaportes ordinarios del consulado del Ecuador en Los Ángeles, de manera que mediante una revisión de información estadística y la aplicación de técnicas para la recolección de información se podrá determinar las principales causas de satisfacciones e insatisfacción de los usuarios del servicio de pasaportes en el consulado.

3.2 Tipo de investigación

El proyecto es de tipo descriptiva y exploratoria, en donde la primera, como su nombre lo indica, describe lo que está ocurriendo en un momento dado (Merino, Pintado, Sánchez, & Grande, 2015) (p.73). Y la investigación de tipo exploratoria es empleada ya que este es un tema poco estudiado y existen varias interrogantes sobre la satisfacción del servicio percibido por los usuarios del consulado.

De esta manera, se pretende describir la situación actual que se vive en el consulado de Ecuador en Los Ángeles con respecto al servicio percibido por los migrantes que acuden para la obtención de pasaportes ordinarios, en donde basándose en información directa, se busca determinar los causales de la satisfacción e insatisfacción de los clientes, a fin de que con los resultados obtenidos se pueda diseñar un manual de procedimientos para el área respectiva.

“Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014). Siendo así que la investigación es de corte transversal, estableciéndose en un punto determinado en el tiempo.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental de tipo transversal o transeccional, descriptivo. Debido a que es un estudio en el cual no se hará manipulación de las variables, sólo se hará una observación de su comportamiento actual para posteriormente analizarlo. De igual manera, es de tipo transeccional porque se recogerán datos de un momento único.

“El diseño transeccional descriptivo indaga la incidencia de las modalidades, categorías o nivel de una o más variables en una población” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 155).

En este contexto, el presente estudio persigue el objetivo de identificar las causas de satisfacción e insatisfacciones en los servicios ofrecidos por el consulado, es decir, identificar las variables que intervienen en los niveles de satisfacción de los usuarios.

3.4 Población y muestra

La población tomada para el presente estudio es finita considerando los 50.000 ecuatorianos que acuden al consulado de Ecuador en Los Ángeles.

De esta manera, se establece un muestreo no probabilístico discrecional, es decir, los individuos serán elegidos para formar parte de la muestra, escogidos de aquellos que acudan al área de servicio al cliente.

La fórmula utilizada para muestras de poblaciones finitas es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{D^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

N= Tamaño de la población

Z= nivel de confianza (95%)

P= Probabilidad de éxito o proporción esperada (50%)

Q= Probabilidad de fracaso (50%)

D= Precisión (error admisible en términos de proporción) (0,05)

El tamaño de la muestra es de 381 usuarios del consulado de Ecuador en Los Ángeles.

$$n = \frac{50.000 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (50.000 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 381$$

3.5 Operacionalización de las variables

Para la operacionalización de las variables se han identificado la variable independiente junto con la variable dependiente.

Variable independiente: Servicio al Cliente

Variable dependiente: Percepción de la calidad del servicio

Tabla 5. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
Servicio al cliente	Relación existente entre el proveedor de un servicio/producto y las personas que utilizan ese servicio/producto.	Suma del conjunto de actividades que realiza el proveedor con la finalidad de buscar la satisfacción del cliente cumpliendo sus expectativas.	Satisfacción del cliente	*Reclamos /solicitudes atendidos a tiempo	*Número de reclamos / solicitudes generadas y atendidas a tiempo	Encuesta Modelo SERVQUAL
			Rotación del personal	*Número de personas que atienden física y telefónicamente a los usuarios	*Número de rotaciones del personal	
Calidad del servicio	Resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones.	Diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa.	Tangibles	*Apariencia de las instalaciones *Apariencia física de los empleados	*Número de empleados en el área de servicio al cliente *Estado de las instalaciones	
			Confiabilidad	*Tiempo empleado en la ejecución de un requerimiento * Nivel de interés de los empleados por resolver un inconveniente	*Número de horas necesarias para atender la solicitud	
			Sensibilidad	*Información brindada a los usuarios *Disponibilidad de tiempo por parte de los empleados	*Número de veces que acuden los usuarios por información	
			Seguridad	*Nivel de confianza demostrada empleado/ usuario	*Experiencia en el manejo de información de clientes	
			Empatía	*Atención individualizada *Horario de atención convenientes	*Flexibilidad en el horario de atención	

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos se realizará mediante la ejecución de una encuesta que se pretende llevar a cabo vía internet para personas concurrentes a los servicios del Consulado de Ecuador en Los Ángeles. La presente encuesta cuenta con múltiples preguntas que buscan abarcar la siguiente información:

- Datos demográficos de la muestra seleccionada (Edad, Género y Tiempo de estadía en los Estados Unidos.
- Tiempo de espera para la ejecución y finalización del trámite correspondiente a una serie de opciones de servicios que se brindan en el consulado.
- Mecanismo de información para los clientes sobre los servicios del consulado ecuatoriano.
- Validación de participación en programas o eventos llevados a cabo por el consulado de Ecuador en los Ángeles.
- Calificación del servicio brindado a los compatriotas en los Estados Unidos mediante el uso de una escala de Likert de 5 opciones.

3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Una vez obtenida la información de la encuesta realizada, se procede a realizar una clasificación de los datos, registrarlos, tabularlos y codificarlos utilizando como herramienta estadística Excel y SPSS para realizar un análisis estadístico descriptivo.

CAPITULO IV

4 ANALISIS DE RESULTADOS

El análisis de resultado tendrá varios tratamientos para la explicación de este durante la investigación. Esto quiere decir que los datos obtenidos, serán analizados de distintas formas debido a que las preguntas planteadas en la encuesta no siguen un patrón de escala determinado. Las preguntas propuestas a continuación, pretende extraer toda la información necesaria para la elaboración de inferencia y conocimiento de la muestra seleccionada.

4.1 Análisis de Estadísticas Descriptivas

Los métodos de la Estadística Descriptiva o Análisis Exploratorio de Datos ayudan a presentar los datos de modo tal que sobresalga su estructura. Hay varias formas simples e interesantes de organizar los datos en gráficos que permiten detectar tanto las características sobresalientes como las características inesperadas. El otro modo de describir los datos es resumirlos en uno o dos números que pretenden caracterizar el conjunto con la menor distorsión o pérdida de información posible. El análisis de estadísticas descriptivas adoptado en la presente investigación, se lo realiza a forma de resumen para una mayor comprensión del tema principal y objetivos planteados previo al estudio.

Tabla 6. Estadísticas descriptivas de datos demográficos

		Genero	Edad	Tiempo en USA
N	Validos	381	381	381
	Perdidos	0	0	0
Media		,52	37,82	10,11
Moda		1	34 ^a	1
Desviación Estándar		,500	8,834	5,928
Varianza		,250	78,040	35,137

Como se ha podido observar, los datos demográficos presentan una gran cantidad de información sobre la muestra. Debido a esto, la tabla antes mostrada, permite entender que existieron 381 encuestados los cuales, al verificar el estadístico de la moda, hubo más mujeres que hombres. Cabe mencionar que la variable genero fue considerada como una Dummy o variable binaria en donde 1 significaba que la persona encuestada tenía un género femenino y 0 género masculino. Además, en el caso de la edad, los datos presentan que la edad promedio es de 37.82 años y que la edad mayormente repetida, justificada por el valor de la moda, es de 34 años. Finalmente, se puede observar que el tiempo medio de estadía en los Estados Unidos de América, por parte de los encuestados ecuatorianos, es de 10 años. Además, el estadístico de la moda registra un valor 1 el cual significa una variable que capta la información para los encuestados que residen en Estados Unidos durante 1 año o menos.

En la tabla 1 de la sección Anexo, se muestran las estadísticas descriptivas para la primera pregunta planteada dentro de la encuesta, en la cual se pide mencionar, de acuerdo a una escala de tiempo planteada por el autor, cuanto demora cada uno de los trámites que ofrece como servicios el consulado de Ecuador en Los Ángeles; estos son: Registro Civil, Pasaporte, Legalizaciones, Actos Notariales, Visas, Identificación Consular, Testamentos, Poderes, Certificaciones, Atención de casos de vulnerabilidad y Salvoconducto. Además, cabe mencionar que al momento de la tabulación en el programa SPSS, se ingresaron los datos en el software estadístico indicando la siguiente escala:

- 1: Hasta 15 minutos
- 2: Entre 16 y 30 minutos
- 3: Entre 31 y 45 minutos
- 4: Una Hora
- 5: Mas de una hora

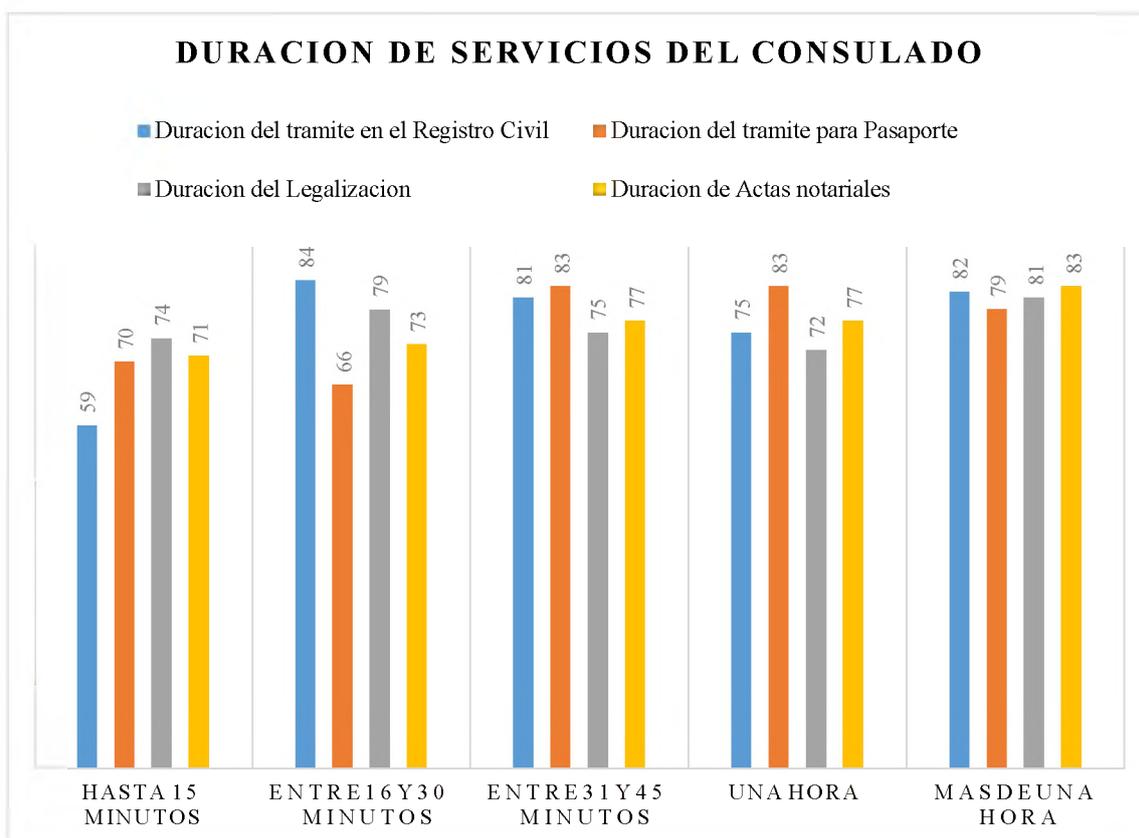


Figura 10. Frecuencia de las respuestas obtenidas mediante el uso de la encuesta en el consulado de Ecuador en Los Ángeles.

Se puede deducir que la expectativa de tiempo a esperar para la ejecución del servicio orientado al registro civil es de 3,1. Además, para el mismo servicio de registro civil, la respuesta que mayormente se repite es el número 2, el cual representa a la escala de tiempo entre 16 y 30 minutos. Es decir, para el servicio de Registro Civil, la mayoría de los encuestados responde que el proceso tiene una demora entre 16 y 30 minutos. En el caso de la duración en el trámite para la adquisición del pasaporte, la respuesta promedio contestada por los encuestados fue de 3,09 lo cual permite deducir que una persona en promedio piensa que el trámite demora entre 31 y 45 minutos. Además, acorde a lo mencionado, se ha podido concluir que la respuesta mayormente preferida por los encuestados fue la opción 3 la cual corrobora que el trámite tiene una demora de entre 31 y 45 minutos. La duración para el trámite de legislación también presenta una media muy cercana al trámite antes presentado; es decir que este indicador estadístico es de 3,02. Al

respecto, si se toma en cuenta la moda de las respuestas de este trámite, se puede concluir que la respuesta mayormente elegida por los encuestados fue el numero 3 correspondiente a la opción de duración entre 31 y 45 minutos. El caso de las actas notariales consta con el mismo valor del indicador estadístico de la moda; es decir que la respuesta mayormente usada por los encuestados indica que el trámite de las actas notariales tiene una duración entre 31 y 45 minutos. Con respecto al mencionado trámite, se puede observar que la media es de 3,070 lo cual corrobora el indicador de la media y, de esta forma, se puede deducir que las expectativas de los encuestados con respecto a la duración del trámite de las actas notariales se encuentran entre 31 y 45 minutos.

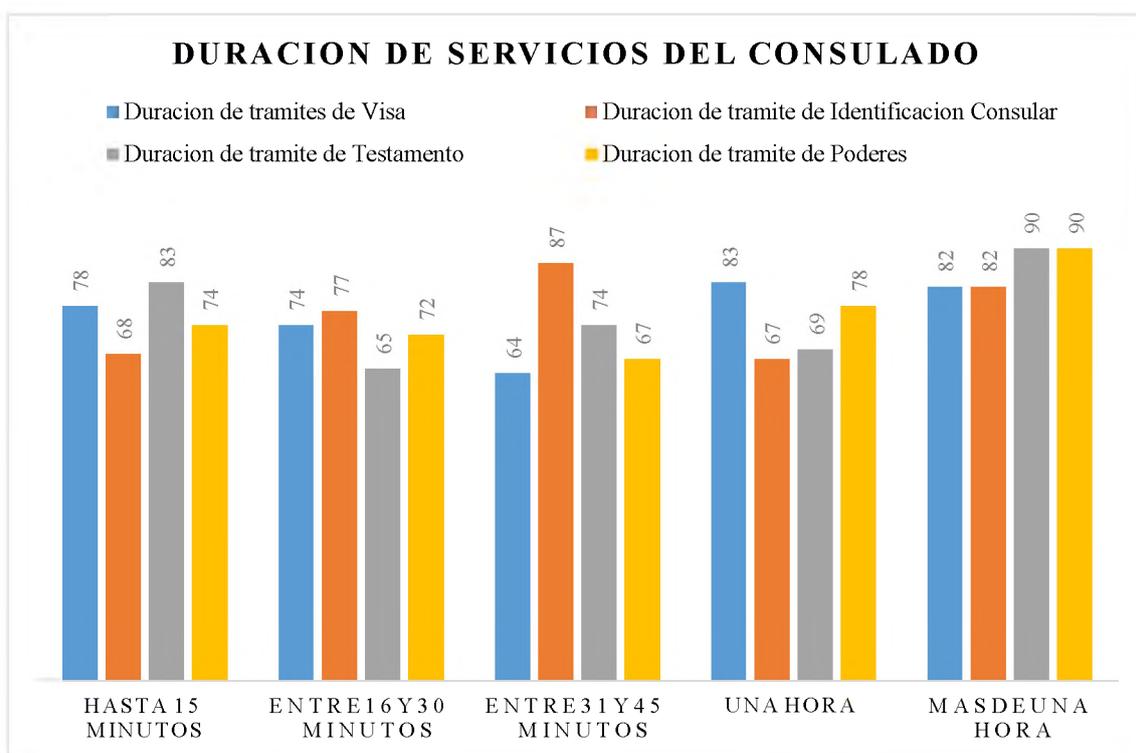


Figura 11. Frecuencia de las respuestas obtenidas mediante el uso de la encuesta en el consulado de Ecuador en Los Ángeles.

El trámite de visas es otro de los servicios que brinda el consulado del Ecuador en Los Ángeles por ello, es otro de los procesos que se incluyó en el presente análisis. Para este trámite, la persona promedio considera que tiene una duración de entre 31 y 45 minutos debido a que la media de este es de 3,040. Además, también se ha podido obtener que la

respuesta mayormente contestada fue de 4, opción que representa a que el trámite toma una hora para su realización. De esta forma, también se ha tomado en cuenta el trámite de identificación consular, uno de los servicios brindados en la entidad. Al respecto, se ha podido observar que la media de este es de 3.05 lo cual permite deducir que el encuestado promedio responde afirmando que el proceso puede durar entre 31 y 45 minutos. Adicionalmente, se ha obtenido un valor del estadístico de la moda de 3 lo cual corrobora lo que se ha visto en la media. El testamento es uno de los servicios que brinda el consulado de Ecuador en Los Ángeles y, de acuerdo con la encuesta ejecutada, se ha obtenido que la media de los datos es de 3.05; sin embargo, la moda para este trámite es la respuesta 5 la cual representa que la mayoría de los encuestados piensan que el proceso del Testamento tiene como duración de más de 1 hora. En el caso del trámite para los poderes, se ha podido observar que la media es de 3.1 lo cual representa la respuesta promedio de los encuestados presente en el estudio. Además, para el mismo trámite, se obtuvo que el estadístico de la moda fue para la respuesta 5 lo cual indica que la mayor parte de los encuestados afirmaron que este proceso demora más de una hora.

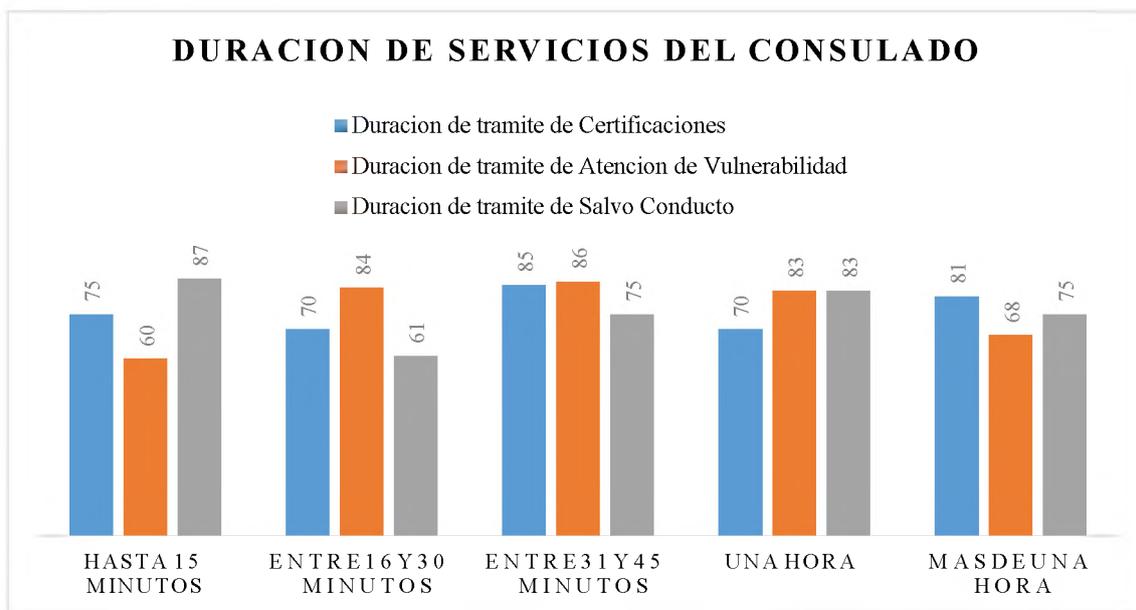


Figura 12. Frecuencia de las respuestas obtenidas mediante el uso de la encuesta en el consulado de Ecuador en Los Ángeles.

La duración para el caso de las certificaciones, otro servicio brindado por el ente gubernamental ecuatoriano es otro de los parámetros de la presente investigación. De acuerdo con lo mencionado, se ha podido obtener que este proceso cuenta con una media de 3.03 y una moda de 3 lo cual permite entender que la respuesta mayormente respondida por los encuestados fue la de que el tiempo de duración para este trámite es entre 31 y 45 minutos y que el encuestado promedio ha respondido con la opción de entre 31 y 45 minutos. Para el caso de la atención del trámite de vulnerabilidad se ha podido observar que la media y moda son de 3.04 y 3, respectivamente. Al respecto, se puede deducir que el encuestado promedio concuerda con la mayoría de los encuestados al momento de dar su apreciación acerca de la duración de tiempo para el trámite de vulnerabilidad; el cual, de acuerdo con los datos obtenidos, se deduce que tiene un tiempo de demora entre 31 y 45 minutos. Finalmente, para el caso de los trámites del salvo conducto, la mayoría de los encuestados en el consulado de Ecuador indicó que este proceso tiene una duración de entre 15 y 31 minutos.

Tabla 7. Escala entre el 1 y 5 usada para identificar la duración de los trámites encuestados en el Consulado de Ecuador en Los Ángeles

Escala de Respuesta				
Hasta 15 minutos	Entre 16 y 30 minutos	Entre 31 y 45 minutos	Una hora	Mas de una hora
1	2	3	4	5

Elaborado por: La Autora

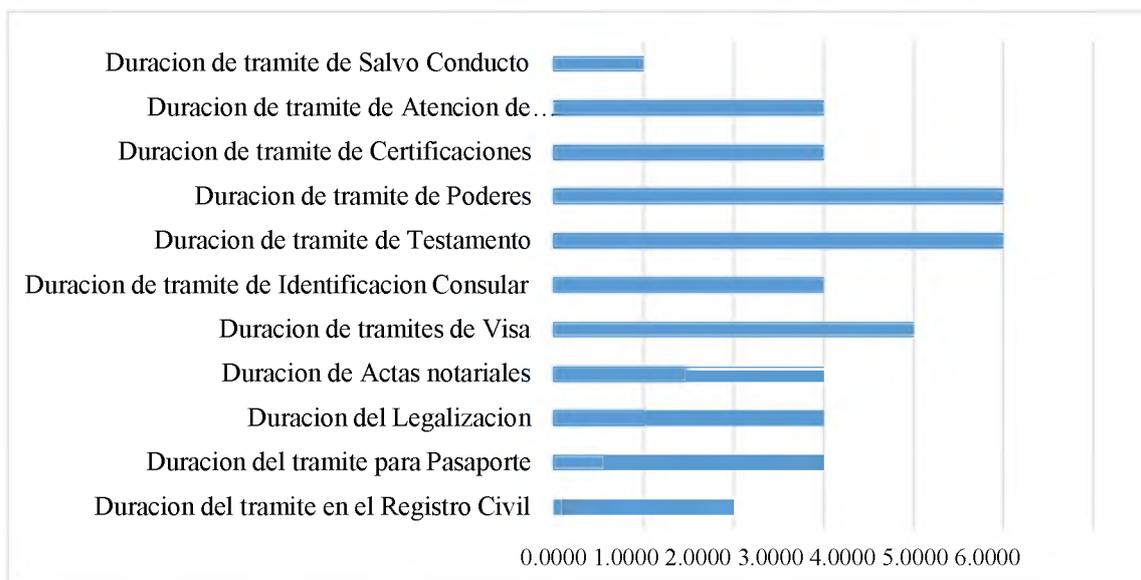


Figura 13. Respuestas que mayormente se repiten en los servicios ofrecidos por el Consulado Ecuatoriano en Los Ángeles acorde a la escala presentada.

Finalmente, se puede concluir en el presente análisis mediante la revisión general de los datos y la información propuesta por los encuestados en el Consulado de Ecuador en Los Ángeles. Al respecto, hay evidencia descriptiva que el trámite mayormente demorado, acorde a la opinión brindada por los usuarios, es el de Poderes junto a los trámites de Testamento. Luego, se ha obtenido la perspectiva de los usuarios correspondiente a la indicación de que el segundo trámite mayormente demorado es el de las visas representando un tiempo de duración de una hora. Finalmente, el trámite que tiene menor tiempo de duración es el de Salvo conducto el cual, de acuerdo con la opinión de los usuarios, es de hasta 15 minutos máximo.



Figura 14. Pregunta número 2 en la cual se busca identificar si los encuestados han participado en eventos realizados por el consulado

La pregunta número 2, planteada en la encuesta, se obtuvo que el 47% de la muestra seleccionada en el estudio si haber asistido a por lo menos un evento realizado por el consulado de Ecuador en Los Ángeles. Además, el 53% de la muestra encuestada, correspondiente a 201 personas, respondieron no haber asistido a por lo menos un evento realizado por el consulado de Ecuador. De esta forma, se puede asumir que los ecuatorianos residentes en la ciudad de Los Ángeles no están teniendo interés alguno por acercarse a esta entidad gubernamental.

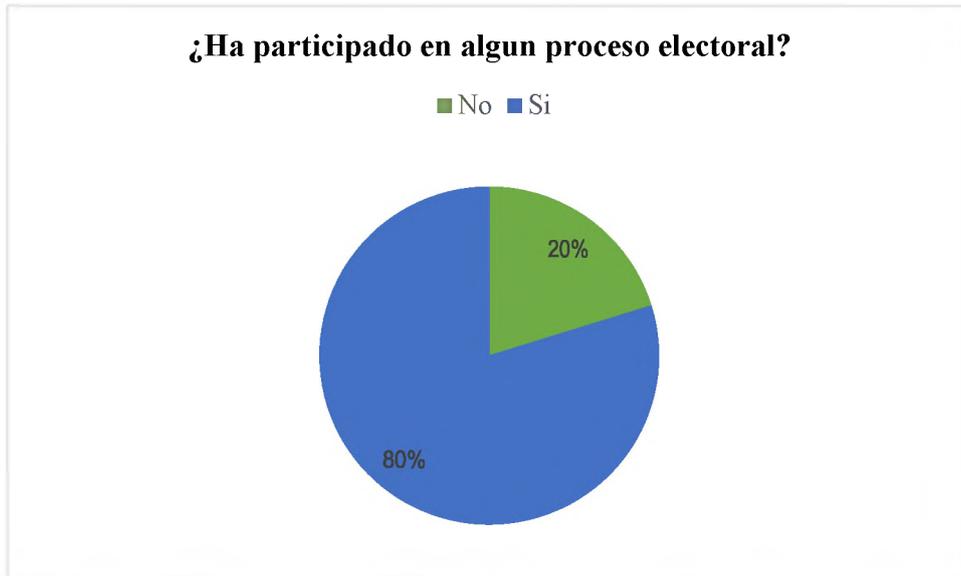


Figura 15. Pregunta número 3 en la cual se busca identificar si los encuestados han participado en algún proceso electoral anterior.

Para el caso de la pregunta número 3, la cual busca identificar a los encuestados que han participado en algún proceso electoral, la muestra seleccionada respondió que el 80%, correspondiente a 304 personas, lo han hecho. Sin embargo, el 20% de los encuestados, es decir, 77 personas dentro de la muestra seleccionada han respondido que no han participado en algún proceso electoral.



Figura 16. Pregunta número 4 en la cual se busca identificar las redes que son mayormente usada para información por parte de los usuarios.

Las redes sociales son un mecanismo importante para la mayoría de las entidades tanto públicas como privadas, debido a que permiten tener un mayor acercamiento con sus usuarios o clientes (Kotler & Keller, 2012). Al respecto, se ha analizado el uso del internet para la adquisición de información sobre los servicios proporcionados por el consulado de Ecuador en Los Ángeles. De esta forma, se observa que los medios mayormente usados por los encuestados son: Pagina Web del Consulado (21%), Consulado Virtual (20%) y la red social Instagram (21%). Finalmente, se ha podido observar que las redes sociales tales como Facebook y Twitter son solamente usadas por el 38% de los encuestados, donde 18% son para la primera y 18% para la segunda respectivamente.

Para el caso de la pregunta 5, con los resultados mostrados en la tabla 2 del Anexo, en donde se pide que haya una calificación sobre los trámites antes cuestionados, los cuales corresponden a los servicios prestados por el Consulado de Ecuador en Los Ángeles, se ha tenido información acerca de la perspectiva que tienen los usuarios sobre estos. Cabe mencionar que estos datos fueron evaluados mediante el uso de una escala de Likert, la cual fue representada de la siguiente forma en el programa estadístico SPSS:

- 1: Malo
- 2: No tan malo
- 3: Regular
- 4: Bueno
- 5: Excelente

Para el caso de los trámites de Registro Civil, la mayor parte de la muestra seleccionada de encuestados ha respondido afirmando que tiene una calificación de excelente; mientras que, por otro lado, la media es de 3.1 lo cual permite afirmar que, acorde a los resultados obtenidos, la calificación promedio hacia este tipo de servicio es de regular. El trámite de

pasaporte es otro de los servicios brindados por el consulado de Ecuador en Los Ángeles. Al respecto, se ha podido observar que la respuesta promedio de los encuestados fue de 2.96 el cual corresponde a la calificación de regular. Además, la respuesta que mayormente fue seleccionada es la calificación de Bueno por lo que los encuestados piensan que el servicio no tiene problemas. Para el caso de los trámites de las Legalizaciones, se obtuvo la información que los encuestados, en su mayoría, calificaron como excelente el servicio brindado por el consulado a este proceso. Sin embargo, la respuesta media fue de 3.18 lo cual pretende entender que el encuestado promedio puede calificar este servicio entre regular y bueno. Las actas notariales son otro de los trámites que presentan una media de 2.96 y muy cercana a 3 por lo que se puede deducir que el encuestado promedio califica este servicio entre el rango de No tan malo y regular. De acuerdo con lo explicado, la calificación mayormente repetida por los implicados en el estudio fue de Bueno. Para este caso, se puede implementar

Para el caso de la Identificación Consular, se ha podido observar que el encuestado promedio califica este servicio como regular, correspondiente al valor de 3. De esta forma, también se puede evidenciar que la respuesta mayormente seleccionada por los implicados en el estudio fue de Regular. Los trámites de testamentos, son otro de los servicios brindados por el Consulado de Ecuador en Los Ángeles. De esta forma, se ha podido identificar que la calificación mayormente seleccionada por los encuestados fue Regular y va muy de la mano con el valor de la media de 3.01 lo que corrobora lo presentado. Para el caso de los Poderes, este es considerado uno de los trámites con menor calificación ya que los encuestados respondieron con una perspectiva de malo al servicio brindado. De la misma forma, el otro trámite con menor calificación es el de los Certificados, los cuales constan con el mismo nivel de Malo como perspectiva del servicio brindado a los usuarios. Al respecto, se debe identificar que estos dos servicios son los

que el consulado debería tomar en cuenta ya que son los que mayor descontento llevan los ecuatorianos residentes en Los Ángeles. Finalmente, en los casos de Atención a Vulnerabilidad y el proceso de Salvo Conducto, son otros de los servicios con mejor puntuación ya que fueron calificados por la mayoría de los usuarios como Excelente, registrando medias de 3.06 y 3.14 respectivamente.

4.2 Futuras líneas de Investigación

Como se ha planteado anteriormente, la presente investigación surge como una forma de evaluar la calidad del servicio brindada en el Consulado del Ecuador en la ciudad de Los Ángeles en Estados Unidos. Se evaluó de forma descriptiva la calidad del servicio brindado por este ente gubernamental encontrando falencias en ciertos procesos debido a factores como: Demora en su ejecución, Tiempos demasiado extensos por atención, entre otros, lo cual permite encontrar oportunidades de mejoras para generar una mayor satisfacción al usuario. Como se ha detallado, los principales procesos que generan mayor malestar en los clientes del ente gubernamental son aquellos que les toman más de 1 hora o que, al ser un proceso muy fácil o sencillo, toman alrededor de más tiempo.

Sin embargo, para la presente investigación, se plantea un apartado de futuras líneas de investigación con el fin de abarcar prácticas nuevas en términos estadísticos y de evaluación de la percepción de la calidad del servicio al cliente, con el fin de tomar en cuenta estas metodologías para crear mejoras en el servicio que se le brinden a los usuarios del consulado.

Existen muchos tipos de investigaciones para identificar falencias en la calidad del cliente, una de ellas fue realizada por Abad y Pincay (2014) acerca de la evaluación de la calidad del servicio que existe en una empresa de seguros en Guayaquil. Se pudo observar

que el enfoque que se le ha dado es descriptivo, sin embargo, se hizo referencia mucho a preguntas orientadas a armar un perfil de cliente que le permita a la empresa anticiparse a comportamientos y preferencia de los mismos.

En esta investigación, se propone realizar una mejora en la calidad del servicio al cliente orientado en los siguientes aspectos: Tiempo, forma de expresión del empleado, calidad de trato, entre otros. De esta forma, se propone que, para determinados servicios, el tiempo de atención no sobre pase de los 10 minutos por cliente debido a que se encontró que, a mayor tiempo de espera, existe un mayor malestar para los clientes. Al respecto, se recomendaría para investigaciones futuras, realizar un perfil del usuario acorde al tipo de servicio que se preste con el fin de determinar la percepción de este servicio otorgado por el consulado.

El crear un perfil para cada usuario, acorde al servicio prestado, permitirá al consulado entender al cliente y saber sus perspectivas acordes a la demora en el servicio y la calidad de este debido a que se conocerían las opiniones y se podría anticipar a mejoras que agilicen los trámites en el ente gubernamental ubicado en Los Ángeles.

Además de generar una mejora en la calidad del servicio, también se debe tomar en cuenta que estas propuestas se lleven a cabo de forma que esta calidad se mantenga en el tiempo o se mejore. Al respecto, Quispe y Yáñez (2017) ofrecen una perspectiva para el control de calidad de servicio de forma interna en una entidad educativa.

El enfoque que brindan los autores es descriptivo y mediante encuestas, se realiza la forma más óptima para llevar a cabo controles de calidad. Los investigadores encontraron falencias tales como: Mal humor, demora en atención, falta de comprensión, entre otros factores que presentaban algunas trabajadoras del servicio al cliente.

Además, la investigación arroja información acerca de la edad como una justificación para mermar la calidad de servicio al cliente en las instalaciones de la unidad educativa. De esta forma, para investigaciones futuras en el Consulado de Ecuador en la ciudad de Los Ángeles, se debe tomar muy en cuenta la perspectiva del servicio que tienen los usuarios, acordes a los trámites que realizan y cuáles son los factores que están afectando a un descontento de estos.

Adicionalmente, se debería instalar los botones de satisfacciones, dispositivos electrónicos que permiten al usuario evaluar la calidad de servicio una vez terminado el trámite, con el fin de llevar algún registro acerca de la perspectiva del cliente o usuario y crear estrategias de control en el caso de que la calidad del servicio se siga mermando.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados de la presente investigación, se ha podido observar que el Consulado de Ecuador en la ciudad de Los Ángeles en los Estados Unidos de América, contiene algunas falencias en sus trámites o servicios públicos ofrecidos a los usuarios y clientes de la organización gubernamental. Algunos de los procesos, fueron diagnosticados como “lentos” por parte de los usuarios, entre los cuales, tenemos: Trámites de visas (1 hora de espera), trámite para testamentos (Más de una hora) y trámite de poderes (Mas de una hora). Al respecto, este tipo de percepción por parte de los usuarios debería ser aprovechado por el consulado para direccionar sus fuerzas de cambio a dichos procesos.

Además, existen procesos llevados a cabo por el consulado que no son correctamente percibidos por los usuarios, sin tomar en cuenta el tiempo de espera. Los servicios calificados de peor manera fueron los siguientes: Trámite de poderes, trámite de Certificados y trámite de visas, cada uno con una moda de valor 1, el cual corresponde a una calificación de Mala. Si se comparan ambos parámetros, el nivel de calidad de servicio y el tiempo de espera para su ejecución, se podría observar que existen trámites repetidos en ambas listas, tales como: trámite de visas y trámite de poderes. De esta forma se podría observar que hay una cierta relación entre el tiempo de espera y la calificación sobre la calidad del servicio para ambos trámites presentados.

Finalmente, se pudo concluir que el consulado de Ecuador en Los Ángeles debería ampliar sus canales de comunicación debido a que existe una porción relativamente alta de encuestados que no conocen o no poseen suficiente información acerca de los servicios del consulado o programas que se realizan coordinados por este ente gubernamental.

Estos parámetros deberían ser tomados en cuenta para la mejora del servicio a los compatriotas en el exterior.

RECOMENDACIONES

- Se debe analizar la posibilidad de extender el plazo de vigencia de los pasaportes, el cual actualmente es de 5 años, de manera que existan menos usuarios concurriendo al consulado con el fin de renovar dicho documento o que sus visitas sean en menor cantidad posible para poder aprovechar en la ejecución de otros trámites.
- Se recomienda plantear también la posibilidad de realizar un manual de procesos debido a que, en la actualidad, el Consulado Ecuatoriano en Los Ángeles no cuenta con un manual de procesos claro que permita direccionar a los usuarios por el proceso correctamente. En este manual de procesos, se debería explicar paso a paso los procedimientos e indicaciones para los diferentes tipos de servicios que brinda el consulado. Este manual ayudaría a generar rapidez en la ejecución de los procesos o servicios de forma que no se deba esperar periodos largos de tiempo para su resolución.
- Además, se recomienda crear nuevos canales de comunicación debido a que uno de los principales problemas que mantiene el consulado es su lejanía a los usuarios lo cual genera que las autoridades no estén constantemente informadas de lo que sucede con los compatriotas en Los Ángeles. Esto se puede ver justificado por la alta concurrencia de usuarios al consulado, lo que genera una cierta desconcentración o poca atención sobre los canales de comunicaciones tales como: Redes sociales, teléfono fijo, entre otros. Con esta mejora se espera dar un servicio óptimo a usuarios que pueden tener problemas o inconvenientes para

acercarse al establecimiento de forma física y presencial y que necesiten ayuda inmediata.

- Se recomienda que se use algunas estrategias que ya se han implementado en consulados ecuatorianos en otras ciudades de Estados Unidos, tales como la emisión de una cédula de identificación debido a que es el principal documento que les permite a los ecuatorianos realizar trámites en varias partes del país norteamericano. De esta forma se esperaría que la afluencia de usuarios en los establecimientos para la emisión de pasaportes sea cada vez menor.
- Finalmente, se propone realizar un listado de los líderes de las comunidades e identificación de los lugares más concurridos por ecuatorianos con el fin de proporcionar información que de tal forma pueda ayudar a la mejora de la comunicación entre el consulado ecuatoriano y los compatriotas en el exterior.

Bibliografía

- Alvarez, H. (2015). *Herramientas Administrativas de Calidad*. Obtenido de Universidad San Martín de Porres: <http://www.usmp.edu.pe/recursoshumanos/pdf/sesion1-8.pdf>
- Asamblea Nacional. (31 de Enero de 2017). Ley Orgánica de Movilidad Humana. *Ley Orgánica de Movilidad Humana*, 31. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/Ley-Organica-de-Movilidad-Humana.pdf>
- Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una Cultura de Calidad* (4 ed.). México: Mc Grill. Obtenido de http://www.academia.edu/16555730/Desarrollo_de_una_Cultura_de_Calidad_4ed_-_Humberto_Cantu_Delgado_1_
- Carranza, D. (2018). Consulado de Ecuador en Los Ángeles. (S. Baldeón, Entrevistador)
- Carro, R., & González, D. (2012). *Administración de la Calidad Total: El Sistema de Producción y Operaciones*. Obtenido de Universidad Nacional de Mar de Plata: http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf
- Consulado de Ecuador en Los Ángeles. (2018). *Anexo GPR*. Los Ángeles.
- Consulado de Ecuador en Los Ángeles. (8 de Mayo de 2018). Reporte de actuaciones consulares Enero-Diciembre 2016-2017. *Reporte de actuaciones consulares Enero-Diciembre 2016-2017*. Los Ángeles, California, Estados Unidos: Sistema Esigex.
- Consulado de Ecuador en Los Ángeles. (23 de Abril de 2018). Resumen estadístico de actuaciones consulares. *Resumen estadístico de actuaciones consulares*. Los Ángeles, California, Estados Unidos: Sistema Esigex.
- Delgado, R. (10 de Noviembre de 2016). *Cuando las 4p's no son suficientes*. Obtenido de <http://rpp.pe/blog/marketing-360/cuando-las-4ps-no-son-suficientes-noticia-1008374>
- EAE Business School. (2018). *Inicio: Internacionalización: Cómo hacer marketing relacional*. Obtenido de <https://www.eaprogramas.es/internacionalizacion/como-hacer-marketing-relacional>
- ESAN. (04 de Mayo de 2016). *Las cuatro etapas para la mejora continua en la organización*. Obtenido de www.esan.edu.pe: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/las-cuatro-etapas-para-la-mejora-continua-en-la-organizacion/>
- Euskalit. (2015). *La Calidad y su Evolución*. Obtenido de www.euskalit.net: http://www.euskalit.net/pdf/calidad_total.pdf

- García, E. (10 de Noviembre de 2016). *Equipo Altran*. Obtenido de El Ciclo de Deming: La gestión y mejora de procesos: <http://equipo.altran.es/el-ciclo-de-deming-la-gestion-y-mejora-de-procesos/>
- González, J. (12 de Mayo de 2015). *Modelo de brechas del servicio*. Obtenido de es.linkedin.com: <https://es.linkedin.com/pulse/modelo-de-brechas-del-servicio-juan-manuel-gonz%C3%A1lez-s%C3%A1nchez>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: McGrawHill Education.
- Instituto Tecnológico de Sonora. (Septiembre de 2013). *EL BUZÓN DE PACIOL*. Obtenido de La Importancia de la Calidad del Servicio Al Cliente: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14 ed.). México: Pearson Educación.
- Loli, A., Del Carpio, J., Vergara, A., Cuba, E., Morales, S., & Flores, M. &. (2013). La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *IIPSI*, 16(1), 171-190. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3926-13272-1-PB.pdf
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectiva*(34). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1994-37332014000200005&script=sci_arttext
- Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., & Grande, I. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ZjSuCAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=investigaci%C3%B3n+cuantitativa+2015+metodolog%C3%ADa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiGrqWN2sHaAhWRzFMKHyrAA7M4ChDoAQg5MAM#v=onepage&q&f=false>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2018). *Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana > Representaciones Ecuador Exterior > América del Norte > Estados Unidos*. Obtenido de [cancilleria.gob.ec:](http://www.cancilleria.gob.ec/) <https://www.cancilleria.gob.ec/estados-unidos/>
- Ministerio de Relaciones y Movilidad Humana. (2018). *Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana: Servicios: Países que NO requieren visa de ingreso a ciudadanos*

ecuatorianos. Obtenido de [cancilleria.gob.ec: http://www.cancilleria.gob.ec/paises-que-no-requieren-visa-de-ingreso-a-ciudadanos-ecuatorianos/](http://www.cancilleria.gob.ec/paises-que-no-requieren-visa-de-ingreso-a-ciudadanos-ecuatorianos/)

Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M., & Quintanilla, I. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=hwDAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comportamiento+del+consumidor&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwix65HZI_TaAhUJ7FMKHafsBP8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=comportamiento%20del%20consumidor&f=true

Presidencia Del Congreso Nacional. (09 de Junio de 2014). Del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. *Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad*. Quito: LEXIS. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DEL-SISTEMA-ECUATORIANO-DE-LA-CALIDAD.pdf>

Pumasunta, C. (Mayo de 2017). *Propuesta de un modelo de ruta de la calidad para el mejoramiento del servicio de provision de equipos y maquinaria pesada. Caso: empresa petrolera*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec: http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13670/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20C3%93N%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rivera, J., Arellano, R., & Molero, V. (2013). *Conducta del Consumidor Estrategias y políticas aplicadas al marketing* (Tercera ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=eb2AQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true>

Salgado, G. (2015). *Unidad de Posgrados Maestría en Sistemas Integrados de Gestión de la Calidad, Ambiente y Seguridad*. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10070/1/UPS-GT000855.pdf>

Tonato, B. (Abril de 2017). *La calidad del servicio público en el el Ecuador: caso centro de atención universal del IESS del Distrito Metropolitano de Quito, 2014-2016*. Obtenido de repositorio.iaen.edu.ec: [http://repositorio.iaen.edu.ec: http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4385/1/TESIS-BLANCA%20TONATO.pdf](http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4385/1/TESIS-BLANCA%20TONATO.pdf)

Torres, K., Ruíz, T., Solís, L., & Martínez, F. (Julio-Diciembre de 2012). Calidad y su evolución: una revisión. *Dimensión Empresarial*, 10(2), 100-107. Obtenido de ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/download/213/197

Zambrano Mero, E. (2018). Consulado de Ecuador en Los Ángeles. (S. Baldeón, Entrevistador)

ANEXOS

Tabla 8. Estadísticas Descriptivas para la primera pregunta planteada en la encuesta.

Duración del trámite en el Registro Civil					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	59	15,5	1,3760	3,1000	2,0000
Entre 16 y 30 minutos	84	22,0			
Entre 31 y 45 minutos	81	21,3			
Una hora	75	19,7			
Mas de una hora	82	21,5			
Total	381	100,0			
Duración del trámite para Pasaporte					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	70	18,4	1,397	3,090	3,000
Entre 16 y 30 minutos	66	17,3			
Entre 31 y 45 minutos	83	21,8			
Una hora	83	21,8			
Mas de una hora	79	20,7			
Total	381	100,0			
Duración del Legalización					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	74	19,4	1,424	3,020	3,000
Entre 16 y 30 minutos	79	20,7			
Entre 31 y 45 minutos	75	19,7			
Una hora	72	18,9			
Mas de una hora	81	21,3			
Total	381	100,0			
Duración de Actas notariales					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	71	18,6	1,418	3,070	3,000
Entre 16 y 30 minutos	73	19,2			
Entre 31 y 45 minutos	77	20,2			

Una hora	77	20,2			
Mas de una hora	83	21,8			
Total	381	100,0			
Duración de trámites de Visa					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	78	20,5	1,418	3,040	4,000
Entre 16 y 30 minutos	74	19,4			
Entre 31 y 45 minutos	64	16,8			
Una hora	83	21,8			
Mas de una hora	82	21,5			
Total	381	100,0			
Duración de trámite de Identificación Consular					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	68	17,8	1,448	3,050	3,000
Entre 16 y 30 minutos	77	20,2			
Entre 31 y 45 minutos	87	22,8			
Una hora	67	17,6			
Mas de una hora	82	21,5			
Total	381	100,0			
Duración de trámite de Testamento					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	83	21,8	1,474	3,050	5,000
Entre 16 y 30 minutos	65	17,1			
Entre 31 y 45 minutos	74	19,4			
Una hora	69	18,1			
Mas de una hora	90	23,6			
Total	381	100,0			
Duración de trámite de Poderes					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	74	19,4	1,453	3,100	5,000
Entre 16 y 30 minutos	72	18,9			
Entre 31 y 45 minutos	67	17,6			
Una hora	78	20,5			

Mas de una hora	90	23,6			
Total	381	100,0			
Duración de trámite de Certificaciones					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	75	19,7	1,418	3,030	3,000
Entre 16 y 30 minutos	70	18,4			
Entre 31 y 45 minutos	85	22,3			
Una hora	70	18,4			
Mas de una hora	81	21,3			
Total	381	100,0			
Duración de trámite de Atención de Vulnerabilidad					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	60	15,7	1,336	3,040	3,000
Entre 16 y 30 minutos	84	22,0			
Entre 31 y 45 minutos	86	22,6			
Una hora	83	21,8			
Mas de una hora	68	17,8			
Total	381	100,0			
Duración de trámite de Salvo Conducto					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Hasta 15 minutos	87	22,8	1,44	2,99	1,00
Entre 16 y 30 minutos	61	16,0			
Entre 31 y 45 minutos	75	19,7			
Una hora	83	21,8			
Mas de una hora	75	19,7			
Total	381	100,0			

Elaborado por: El Autor

Tabla 9. Estadísticas Descriptivas para la quinta pregunta planteada en la encuesta.

Calificación de trámite de Registro Civil					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	72	18,9	1,4	3,100	5,00
No tan malo	71	18,6			
Regular	78	20,5			

Bueno	66	17,3
Excelente	94	24,7
Total	381	100,0

Calificación de trámite de Documentos de viaje: Pasaporte

	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	76	19,9	1,4	2,960	4
No tan malo	80	21,0			
Regular	73	19,2			
Bueno	87	22,8			
Excelente	65	17,1			
Total	381	100,0			

Calificación de trámite de Legalizaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	63	16,5	1,4	3,180	5
No tan malo	66	17,3			
Regular	83	21,8			
Bueno	78	20,5			
Excelente	91	23,9			
Total	381	100,0			

Calificación de trámite de Actos Notariales

	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	73	19,2	1,4	3,0	3
No tan malo	83	21,8			
Regular	88	23,1			
Bueno	64	16,8			
Excelente	73	19,2			
Total	381	100,0			

Calificación de trámite de Visas

	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	79	20,7	1,4	3,0	1
No tan malo	75	19,7			
Regular	78	20,5			
Bueno	75	19,7			
Excelente	74	19,4			
Total	381	100,0			

Calificación de trámite para Identificación Consular

	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	78	20,5	1,4	3,0	5
No tan malo	80	21,0			
Regular	65	17,1			
Bueno	76	19,9			

Excelente	82	21,5			
Total	381	100,0			
Calificación de trámite para testamentos					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	70	18,4	1,4	3,0	3
No tan malo	76	19,9			
Regular	84	22,0			
Bueno	75	19,7			
Excelente	76	19,9			
Total	381	100,0			
Calificación de trámite para poderes					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	100	26,2	1,5	2,9	1
No tan malo	57	15,0			
Regular	79	20,7			
Bueno	67	17,6			
Excelente	78	20,5			
Total	381	100,0			
Calificación de trámite para Certificados					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	89	23,4	1,5	3,0	1
No tan malo	76	19,9			
Regular	63	16,5			
Bueno	72	18,9			
Excelente	81	21,3			
Total	381	100,0			
Calificación de trámite Atención casos de vulnerabilidad					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	76	19,9	1,4	3,1	5
No tan malo	72	18,9			
Regular	71	18,6			
Bueno	78	20,5			
Excelente	84	22,0			
Total	381	100,0			
Calificaciones Salvo Conducto					
	Frecuencia	Porcentaje	Desv. Estándar	Media	Moda
Malo	57	15,0	1,4	3,1	5
No tan malo	83	21,8			
Regular	76	19,9			
Bueno	81	21,3			
Excelente	84	22,0			
Total	381	100,0			



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Baldeón Montesdeoca Stephania Liberia**, con C.C: # **091355028-1** autora del **trabajo de titulación: Análisis de la percepción de la calidad del servicio de pasaportes ordinarios del Consulado del Ecuador en Los Ángeles** a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN GERENCIA DE MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **26 de Noviembre de 2018**

f. _____

Nombre: **Baldeón Montesdeoca Stephania Liberia,**

C.C: **0913550281**



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de la percepción de la calidad del servicio de pasaportes ordinarios del Consulado del Ecuador en Los Ángeles		
AUTOR(ES)	Stephania Liberia Baldeón Montesdeoca		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Sabrina Rojas Dávila		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Gerencia de Marketing		
GRADO OBTENIDO:	Máster en Gerencia de Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	26 de Noviembre de 2018	No. DE PÁGINAS:	# 66
ÁREAS TEMÁTICAS:	Servicio al cliente, marketing relacional, marketing de servicio		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Institución pública, consulado, Ecuador, Migrantes, servicio público, servicio exterior, diplomacia, pasaporte, Cancillería.		
RESUMEN/ABSTRACT :	<p>El presente proyecto pretende analizar la percepción de la calidad del servicio de pasaportes ordinarios del Consulado del Ecuador en Los Ángeles- Estados Unidos teniendo en cuenta la importancia</p>		

de este documento para los migrantes en temas de identidad, para viajar, para realizar trámites notariales, entre otros. Cabe recalcar que algunos casos los migrantes se encuentran en situación de vulnerabilidad, sin documentación regular en el país donde migraron y este documento representa la única forma de identificación para protección de su Consulado. Este servicio es uno de los más representativos dentro de los ingresos económicos del Consulado, ya que según sus cifras, tiene una alta demanda entre los usuarios. Cabe realizar un análisis que permita entender la percepción que tienen los usuarios en cuanto a la satisfacción de los servicios que los funcionarios de la Misión Diplomática les dan.

Teniendo en cuenta lo expuesto, y las responsabilidades que implica, en el presente estudio se pretende abordar el tema a través de la revisión de marco teórico en términos de marketing de servicios, atención al cliente, marketing de experiencia, servicio al cliente, satisfacción del servicio, calidad del servicio entre otros como base conceptual para la realización de una investigación descriptiva concluyente en base a los objetivos que se planteen.

La investigación a realizar pretende evaluar la calidad del servicio brindado para pasaportes ordinarios del Consulado del Ecuador en Los Ángeles-Estados Unidos para la exposición final de las conclusiones del estudio así como las recomendaciones que se consideren pertinentes.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-93062922	E-mail: sbaldeonm@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Sabrina Rojas Dávila	
	Teléfono: +593-4-2206951 -52-53 EXT:5013	
	E-mail: sabri_rojas@hotmail.com	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		