

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2025,  
Volumen 9, Número 1.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i1](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1)

## **CALIDAD DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN POR CABLE EN LA CIUDAD DE PILAR, PARAGUAY**

**QUALITY OF CABLE TV SERVICE PROVIDED TO THE USER  
IN THE CITY OF PILAR, PARAGUAY**

**José Maximiliano Sánchez García**

Universidad Nacional de Pilar, Paraguay

**Ariel Matias Colman Roldan**

Universidad Nacional de Pilar, Paraguay

**Andrés Abelino Villalba Chamorro**

Universidad Nacional de Pilar, Paraguay

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i1.16169](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16169)

## Calidad del Servicio de Televisión por Cable en la Ciudad de Pilar, Paraguay

José Maximiliano Sánchez García <sup>1</sup>

[maxisanchezgarcia31@gmail.com](mailto:maxisanchezgarcia31@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0008-1543-2507>

Universidad Nacional de Pilar

Facultad de Ciencia Contables Administrativas y  
Económicas

Paraguay

Ariel Matías Colman Roldan

[arielcolman91@gmail.com](mailto:arielcolman91@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0000-3383-3787>

Universidad Nacional de Pilar

Facultad de Ciencia Contables Administrativas y  
Económicas

Paraguay

Andrés Abelino Villalba Chamorro

[anvill65@hotmail.com](mailto:anvill65@hotmail.com)

<https://orcid.org/0009-0002-2502-6947>

Universidad Nacional de Pilar

Facultad de Ciencia Contables Administrativas y  
Económicas

Paraguay

### RESUMEN

El estudio evaluó la Calidad del Servicio de TV cable prestado al usuario en la ciudad de Pilar, Paraguay. Se analizaron variables concernientes a producto (decodificadores y equipos), variedad y contenidos del paquete, relación calidad-precio, atención al cliente, calidad de la señal y calidad del servicio técnico. Se utilizó una metodología de tipo descriptivo de diseño no experimental-observacional, basado en un enfoque cuantitativo. La población estuvo compuesta por 13.666 habitantes de la ciudad de Pilar en un rango de edad de 25 a 50 años. La muestra estuvo representada por 165 personas (Margen de error 10%, Nivel de confianza 99%). Como técnica de recolección de datos se empleó la encuesta en formato cuestionario cerrado online aplicado a través de la plataforma de la red social Facebook. Los resultados proporcionaron información sobre áreas de mejora en el servicio de TV cable en Pilar. Estos datos permiten identificar deficiencias, optimizar recursos, ajustar estrategias comerciales, y mejorar la experiencia del cliente. Además, ayudan a desarrollar nuevas ofertas y monitorear el progreso en la calidad del servicio, con el objetivo de aumentar la satisfacción y fidelidad del cliente.

**Palabras clave:** calidad, producto, precio, atención al cliente, servicio técnico

---

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [maxisanchezgarcia31@gmail.com](mailto:maxisanchezgarcia31@gmail.com)

# Quality of Cable TV Service Provided to the User in the City of Pilar, Paraguay

## ABSTRACT

The study evaluates the Quality of cable TV Service provided to the user in the city of Pilar, Paraguay. Variables concerning product (decoders and equipment), variety and package contents, quality-price ratio, customer care, signal quality and technical service quality are analyzed. A descriptive type methodology of observational non-experimental design based on a quantitative approach is used. The population is composed of 13,666 inhabitants of Pilar city in an age range of 25 to 50 years. The sample will be represented by 165 people (Margin of error 10%, Confidence level 99%). As a data collection technique the survey will be employed in online closed questionnaire format through the Facebook social network platform. The results will provide information on areas of improvement in the cable TV service in Pilar. This data will allow us to identify deficiencies, optimize resources, adjust commercial strategies, and improve the customer experience. In addition, they will help develop new offerings and monitor progress in service quality, with the aim of increasing customer satisfaction and loyalty.

**Keywords:** quality, product, price, customer care, technical service

*Artículo recibido 12 enero 2025*

*Aceptado para publicación: 15 febrero 2025*



## INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio se forma en la percepción de los usuarios o consumidores y se fundamenta en comprender las necesidades de los clientes y en superar las expectativas o esperanzas que tienen respecto a un servicio específico (Espinoza y Vallejos, 2021).

Autores clásicos como Parasuraman, et al., (1985), definen la calidad del servicio como la diferencia entre las expectativas del cliente y su percepción del servicio recibido. Esta definición es la base del modelo SERVQUAL, que evalúa la calidad a través de las discrepancias entre lo que los clientes esperan y lo que realmente perciben (como se citó en Zeithaml y Parasuraman, 2004). Por su parte Grönroos (1984), define la calidad del servicio como el resultado de una evaluación del proceso de servicio, donde se consideran tanto la calidad técnica (el 'qué' del servicio) como la calidad funcional (el 'cómo' del servicio) (como se citó en Ubilla, et al. 2019), mientras que, Berry (1983), propone que la calidad del servicio es la capacidad del servicio para cumplir o superar consistentemente las expectativas del cliente, enfatizando la importancia de la consistencia en la entrega del servicio como clave para la percepción de alta calidad por parte del cliente (como se citó en Gutiérrez, et al. 2007).

En este sentido, los usuarios que reciben servicios de alta calidad experimentan una mayor satisfacción, lo que genera complacencia y fomenta la intención de realizar futuras transacciones con la organización, así como recomendarla a otros (Espinoza y Vallejos, 2021).

Las modelos más utilizadas para medir la calidad de servicios incluyen el modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, que evalúa la percepción de los clientes a través de cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Otra teoría relevante es el modelo de brechas, también de Parasuraman, Zeithaml y Berry, que identifica diferencias entre las expectativas de los clientes y la percepción del servicio recibido (como se citó en Torres Samuel y Vásquez Stanescu, 2018). El modelo SERVPERF, propuesto por Cronin y Taylor, simplifica el enfoque de SERVQUAL al centrarse solo en el desempeño del servicio, eliminando la comparación con las expectativas. Grönroos introduce un enfoque relacional, diferenciando la calidad técnica (lo que se ofrece) y la calidad funcional (cómo se ofrece), subrayando la importancia de la interacción entre el proveedor y el cliente. Estas teorías han sido fundamentales para desarrollar metodologías y



herramientas que permiten a las organizaciones medir y mejorar la calidad de sus servicios (como se citó en Colmenares Delgado y Saavedra Torres, 2007).

La importancia de medir la calidad es que permite garantizar que los productos o servicios ofrecidos cumplan con las expectativas y necesidades de los clientes, asegurar su satisfacción y lealtad, y mejorar continuamente los procesos y resultados (López, 2020). Según Ayay, et al. (2021), medir la calidad permite a las organizaciones identificar áreas de mejora, corregir deficiencias, y optimizar recursos, lo que conduce a una mayor eficiencia y competitividad en el mercado. Además, Espinoza (2021), menciona que, al medir la calidad, las empresas pueden cumplir con normativas y estándares, reducir costos asociados a fallos o errores, y fortalecer su reputación, lo que resulta en un mayor éxito a largo plazo.

Según Espinoza y Vallejos (2021), la calidad del servicio se establece como una filosofía de excelencia que debe ser adoptada por todos los miembros de la organización. Según esta perspectiva, la calidad debe ser una práctica diaria y una responsabilidad compartida en todos los niveles organizacionales, desde los directivos hasta el personal operativo que interactúa directamente con el servicio.

En lo que respecta a las empresas de televisión por cable, hablar de calidad es aún más complejo, ya que, según Pineda de Alcázar y Durante Rincón (1998), es un tema multifacético que abarca desde la calidad del producto y la variedad de contenidos hasta la atención al cliente y la calidad de la señal y donde cada uno de estos factores contribuye a la satisfacción del usuario y, por ende, al éxito del proveedor en un mercado competitivo.

En este sentido Moreno y Maryelis (2017), señala que uno de los elementos importantes en el estudio de calidad, en este segmento, abarca los decodificadores y equipos, que son fundamentales para la experiencia del usuario, ya que la calidad del hardware, su facilidad de uso y la disponibilidad de funciones adicionales (como grabación y acceso a contenido bajo demanda) son aspectos que influyen en la satisfacción del cliente. A esto, Fichamba Arellano (2016), agrega que la relación calidad-precio es otro determinante clave en la elección de paquetes de televisión por cable, ya que los consumidores buscan maximizar el valor de su inversión, y aquellos proveedores que logran ofrecer un equilibrio favorable entre costo y calidad tienen más probabilidades de captar y retener clientes en un mercado competitivo.



La atención al cliente, según Moreno y Maryelis (2017), es también un aspecto crítico que afecta la satisfacción general, puesto que la capacidad de respuesta, la cortesía y el conocimiento del personal son elementos que los usuarios consideran esenciales. Un servicio al cliente eficaz no solo resuelve problemas, sino que también crea una relación de confianza entre el proveedor y el cliente (Ramírez, 2020). Igualmente, la calidad de la señal es un componente técnico que impacta directamente la experiencia del usuario. Los problemas de señal, como interrupciones o baja calidad de imagen, pueden frustrar a los usuarios y afectar su percepción del servicio. Es vital que los proveedores mantengan estándares altos en la calidad de transmisión para evitar estos inconvenientes (Arellano y Leonardo, 2016). Además, la disponibilidad y eficacia del servicio técnico son cruciales para resolver problemas que los usuarios puedan enfrentar, ya que, un servicio técnico que actúa rápidamente y resuelve problemas de manera efectiva puede mejorar significativamente la satisfacción del cliente (Moreno y Maryelis, 2017). La capacitación del personal técnico y la disponibilidad de recursos son aspectos importantes en esta área (Ramírez, 2020).

Esto coincide con estudios de Udeh, et al., (2022), donde muestran que la calidad del contenido, la calidad de la recepción y el servicio al cliente tienen una relación positiva y significativa con la satisfacción del cliente de TV paga.

En Paraguay, los servicios de TV cable se encuentran regulados por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL, 2024) que establece que los servicios de telecomunicaciones operen bajo un régimen de competencia libre e igualdad de oportunidades, facilitando el acceso al uso del espectro radioeléctrico. En este contexto, se prohíben las prácticas empresariales que restrinjan la competencia leal, como acuerdos, acciones paralelas o prácticas coordinadas entre empresas que puedan limitar, impedir o distorsionar la competencia.

En este sentido, la relación entre la libre competencia en los servicios de telecomunicaciones y el estudio de la calidad es conveniente, ya que, en un entorno donde la competencia es libre y equitativa, la calidad de los servicios se convierte en un diferenciador clave para las empresas. La prohibición de prácticas que restrinjan la competencia asegura que las empresas compitan en función de la calidad de sus servicios, impulsando la innovación y mejoras continuas para satisfacer mejor las necesidades de los usuarios. Por tanto, el estudio de la calidad es crucial para garantizar que las empresas ofrezcan servicios



que cumplan con altos estándares y se mantengan competitivas en un mercado donde el acceso al espectro radioeléctrico está disponible para todos en igualdad de condiciones.

En la ciudad de Pilar, Paraguay, de todos los servicios de telecomunicaciones existentes, el servicio de televisión por cable, representa un componente importante del entretenimiento y la información diaria para muchos residentes. Sin embargo, la calidad de este servicio ha sido objeto de creciente preocupación. Esto ha llevado a la entrada de importantes nuevas empresas en el mercado de Pilar en los últimos años, haciendo que este sector sea más competitivo. El objetivo de este estudio es evaluar la calidad del servicio de TV cable prestado a los usuarios en la ciudad de Pilar, Paraguay. Para ello, se han establecido los siguientes objetivos específicos: conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad de los productos, como decodificadores y equipos; identificar la calidad de la variedad y el contenido del paquete televisivo; evaluar la satisfacción de los usuarios en relación con la relación calidad-precio; determinar la calidad de la atención al cliente; y establecer la percepción de los usuarios sobre la calidad de la señal y del servicio técnico.

Estudiar la calidad del servicio es fundamental porque garantiza la satisfacción del cliente, mejora la competitividad, impulsa la innovación y refuerza la reputación de la empresa. Además, asegura el cumplimiento normativo y contribuye a la rentabilidad al reducir costos operativos y mejorar la eficiencia.

## **METODOLOGIA**

El estudio empleó una metodología de investigación descriptiva, caracterizada por un diseño observacional con enfoque cuantitativo. Además, en cuanto al tiempo de estudio, se trató de una investigación de cohorte transversal prospectivo, lo que implicó que los datos se recogieran en un momento específico, permitiendo observar y analizar las variables relevantes en un punto determinado en el tiempo. Este enfoque metodológico sigue las directrices de Hernández Sampieri y Mendoza (2018), quienes destacan la importancia de utilizar este diseño para medir calidad de servicios y garantizar la validez y la confiabilidad de los resultados obtenidos.

El principal objetivo de este estudio fue evaluar la calidad del servicio de televisión por cable en la ciudad de Pilar, Paraguay, considerando diferentes perspectivas que afectan directamente la experiencia del usuario. Estas perspectivas incluyen: 1) el producto, específicamente los decodificadores y equipos



utilizados; 2) la variedad y el contenido del paquete de canales ofrecido; 3) la relación calidad-precio, que evalúa si el costo del servicio está justificado por la calidad recibida; 4) la atención al cliente, que mide la eficacia y eficiencia del soporte ofrecido a los usuarios; y 5) la calidad de la señal y del servicio técnico, elementos cruciales para el buen funcionamiento y la satisfacción del cliente.

Para analizar estas variables, el estudio se basó en la teoría de Grönroos, que distingue entre dos aspectos fundamentales de la calidad del servicio: la calidad técnica, que se refiere a lo que se ofrece, es decir, el producto tangible y sus características; y la calidad funcional, que se refiere a cómo se ofrece el servicio, destacando la importancia de la interacción entre el proveedor y el cliente (como se citó en Colmenares Delgado y Saavedra Torres, 2007).

La población del estudio estuvo compuesta por 13.666 habitantes de la ciudad de Pilar, en un rango de edad de 25 a 50 años, según el último censo (INE, 2023). La muestra se conformó por 165 personas, seleccionadas con un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 99%. La selección de la muestra se realizó mediante la técnica de muestreo aleatorio simple, garantizando que cada individuo de la población tenga la misma probabilidad de ser elegido (Hernández Sampieri y Mendoza, 2018).

Los criterios de inclusión para el estudio fueron los siguientes: ser jefe o jefa de hogar, residir en la ciudad de Pilar, y contar con servicios de televisión por cable. En cuanto a los criterios de exclusión, se excluyen aquellos clientes que cuenten con servicios de streaming, internet, y otros servicios de telecomunicaciones que puedan influir en la percepción de la calidad del servicio de TV por cable. Estos criterios aseguran que la muestra sea representativa y específica, enfocándose en usuarios que utilizan exclusivamente televisión por cable, lo que permitirá obtener resultados más precisos y relevantes para el estudio.

La técnica de recolección de datos empleados en el estudio fue una encuesta, utilizando un cuestionario estructurado con preguntas cerradas. Cada variable evaluada consta de cinco preguntas, y las respuestas se midieron en una escala de tipo Likert de cinco niveles, donde 1 representa "totalmente en desacuerdo" y 5 "totalmente de acuerdo." El cuestionario, elaborado específicamente para este estudio, fue validado mediante juicio de expertos y una prueba piloto para asegurar su relevancia y precisión.

La aplicación del cuestionario se realizó a través de la plataforma de Facebook, utilizando Google Forms con el siguiente link de acceso: <https://forms.gle/WhhYfvQK4DN2N2My7> para facilitar la recopilación

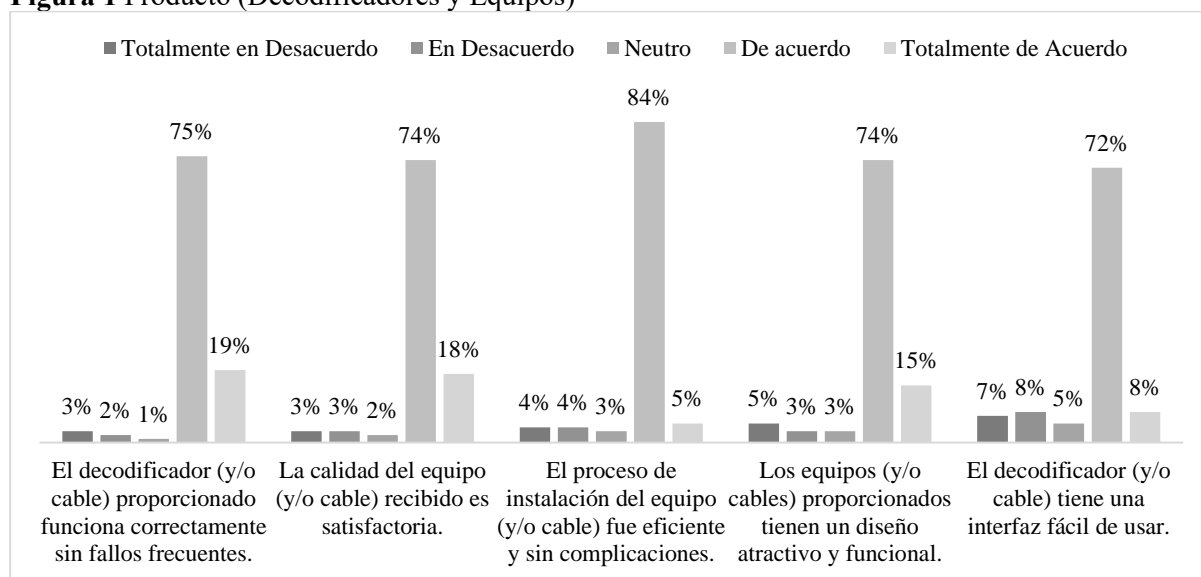




de respuestas. Se prestó especial atención a las consideraciones éticas durante todo el proceso, incluyendo el consentimiento informado de los participantes y la garantía de anonimato en el análisis y la difusión de los resultados. Para el análisis de los datos, se utilizó la estadística descriptiva con apoyo del software de Excel para la elaboración de gráficos.

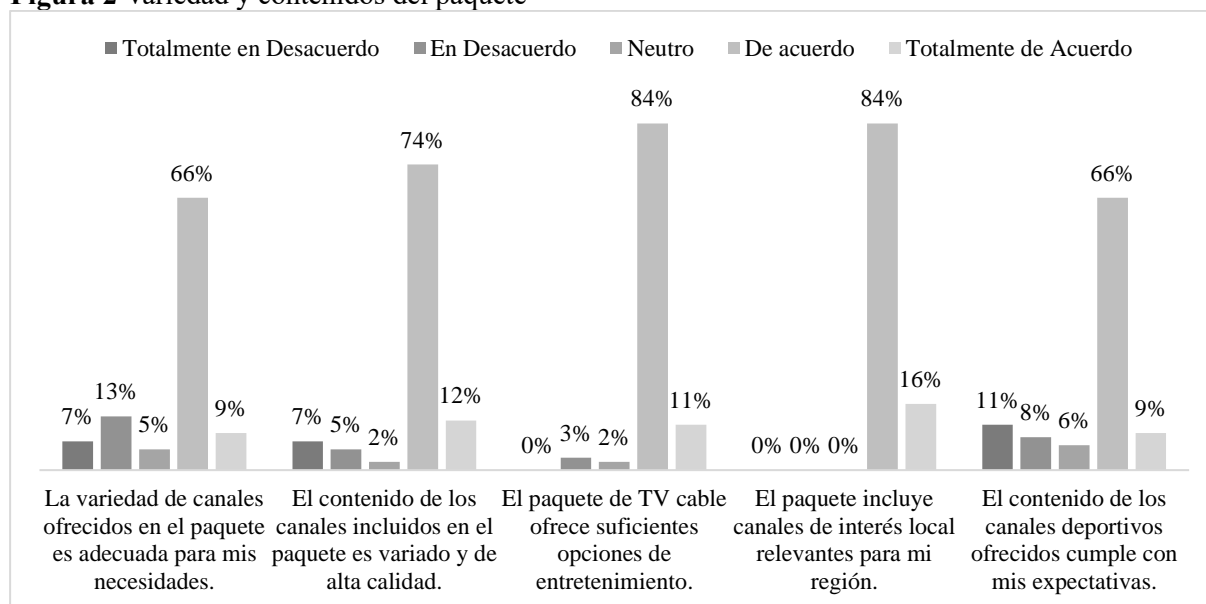
## RESULTADOS

**Figura 1** Producto (Decodificadores y Equipos)



La encuesta sobre la calidad del servicio de televisión por cable en Pilar, Paraguay, revela que la mayoría de los usuarios se siente satisfecha con el rendimiento de los decodificadores y equipos. Un 75% opina que funcionan correctamente y un 74% considera que la calidad es satisfactoria. El 84% valora de manera positiva la eficiencia en la instalación, y un 74% encuentra el diseño atractivo y funcional. Sin embargo, la interfaz de uso genera más insatisfacción, con un 15% de desacuerdo. En general, los resultados son positivos, aunque hay áreas que necesitan mejoras, especialmente en la usabilidad del decodificador.

**Figura 2** Variedad y contenidos del paquete



Los resultados de la encuesta reflejan una percepción mayormente positiva sobre la variedad y calidad del paquete de televisión por cable en Pilar. Aunque la mayoría de los usuarios se muestra satisfecha, ciertos aspectos generan opiniones divididas, lo que indica áreas con potencial de mejora.

En cuanto a la adecuación de la variedad de canales a las necesidades de los clientes, el 75% de los encuestados (66% de acuerdo y 9% totalmente de acuerdo) considera que la oferta es apropiada. No obstante, un 20% de los usuarios (7% totalmente en desacuerdo y 13% en desacuerdo) opina que la variedad es insuficiente, lo que sugiere que no todos encuentran en la grilla de programación opciones acordes a sus preferencias.

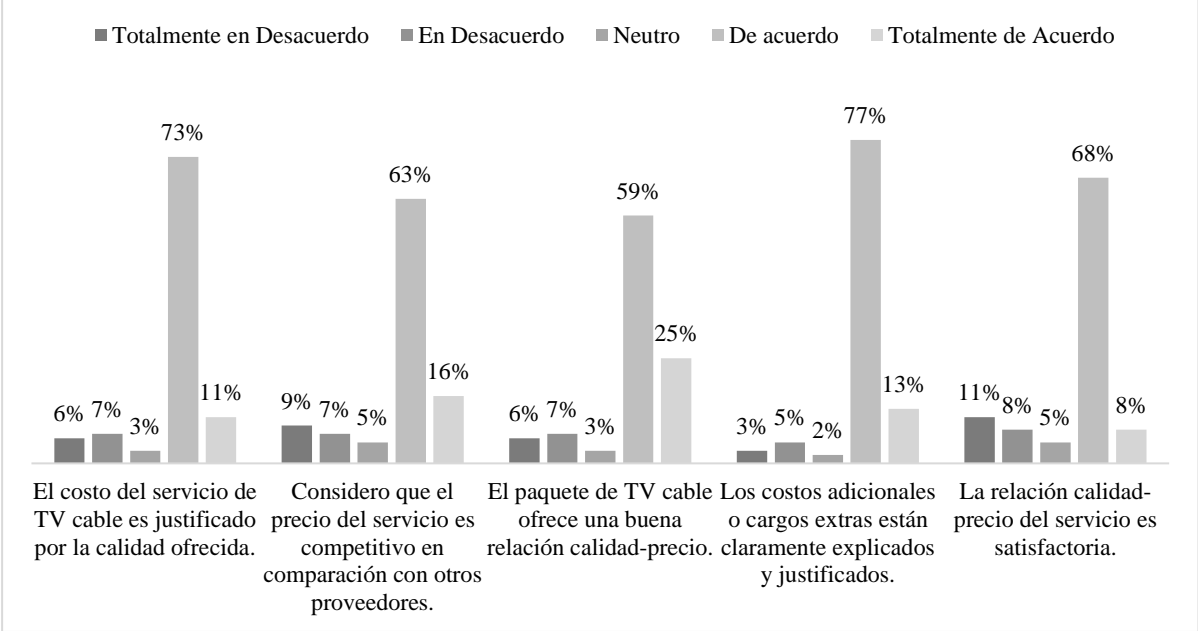
Respecto a la variedad y calidad del contenido, el 86% de los participantes (74% de acuerdo y 12% totalmente de acuerdo) percibe que los canales incluidos en el paquete ofrecen programación variada y de alta calidad. Sin embargo, un 12% (7% totalmente en desacuerdo y 5% en desacuerdo) no comparte esta visión, lo que indica que, si bien la percepción general es favorable, aún existen opiniones críticas sobre este aspecto.

Por otro lado, la oferta de entretenimiento es el elemento mejor valorado del servicio. El 95% de los encuestados (84% de acuerdo y 11% totalmente de acuerdo) considera que el paquete de televisión brinda suficientes opciones de entretenimiento. Solo un 3% de los usuarios expresó una opinión negativa, lo que evidencia una alta satisfacción en este aspecto.

En lo que respecta a la presencia de canales de interés local, la totalidad de los encuestados manifestó satisfacción, con un 84% de acuerdo y un 16% totalmente de acuerdo. Este dato resalta la importancia de los contenidos locales dentro de la programación y su impacto positivo en la percepción del servicio. En contraste con los aspectos anteriores, la satisfacción con los canales deportivos presenta opiniones más divididas. Mientras que el 75% de los usuarios (66% de acuerdo y 9% totalmente de acuerdo) se muestra conforme, un 19% (11% totalmente en desacuerdo y 8% en desacuerdo) considera que la oferta de programación deportiva no cumple con sus expectativas. Esta cifra sugiere que, aunque la mayoría está satisfecha, existe una proporción significativa de clientes que demandan una mayor variedad o calidad en este tipo de contenido.

En base a este hallazgo se denota que el servicio de televisión por cable en la ciudad de Pilar goza de una aceptación generalizada, especialmente en lo que respecta al entretenimiento y a la inclusión de canales locales. No obstante, algunos aspectos, como la variedad de los canales deportivos y la percepción de la calidad del contenido, generan opiniones divididas, lo que indica la existencia de oportunidades de mejora en estos ámbitos.

**Figura 3.** Relación calidad-precio



Los resultados de la encuesta reflejan que, en términos generales, los usuarios consideran que la relación calidad-precio del servicio de televisión por cable es favorable. Sin embargo, existen algunos aspectos



que generan opiniones divididas, especialmente en cuanto a la percepción de competitividad del precio y la justificación de los costos.

Respecto a si el costo del servicio está justificado por la calidad ofrecida, el 73% de los encuestados está de acuerdo y un 11% totalmente de acuerdo, lo que indica que la mayoría percibe coherencia entre el precio pagado y el servicio recibido. No obstante, un 13% (6% totalmente en desacuerdo y 7% en desacuerdo) opina lo contrario, lo que sugiere que existe un grupo de usuarios que considera que la calidad no justifica el precio.

En cuanto a la competitividad del precio frente a otros proveedores, el 63% de los clientes está de acuerdo y el 16% totalmente de acuerdo en que el costo del servicio es competitivo. Sin embargo, un 16% (9% totalmente en desacuerdo y 7% en desacuerdo) percibe que el precio no es tan atractivo en comparación con la oferta de otras compañías. Esto indica que, aunque la mayoría lo considera razonable, una parte de los clientes no lo ve como una ventaja competitiva.

Sobre la relación calidad-precio del paquete de TV cable, el 59% de los encuestados está de acuerdo y un 25% totalmente de acuerdo, lo que suma un 84% de valoración positiva. A pesar de esto, un 13% de los usuarios expresa desacuerdo, lo que refleja que, aunque la percepción general es buena, todavía hay clientes que no están completamente conformes con el equilibrio entre lo que pagan y lo que reciben.

Por otro lado, la claridad en la comunicación de los costos adicionales o cargos extra es uno de los aspectos mejor valorados, con un 77% de los encuestados de acuerdo y un 13% totalmente de acuerdo. Solo un 8% (3% totalmente en desacuerdo y 5% en desacuerdo) manifestó insatisfacción, lo que sugiere que la mayoría de los usuarios considera que los costos adicionales están bien explicados y justificados.

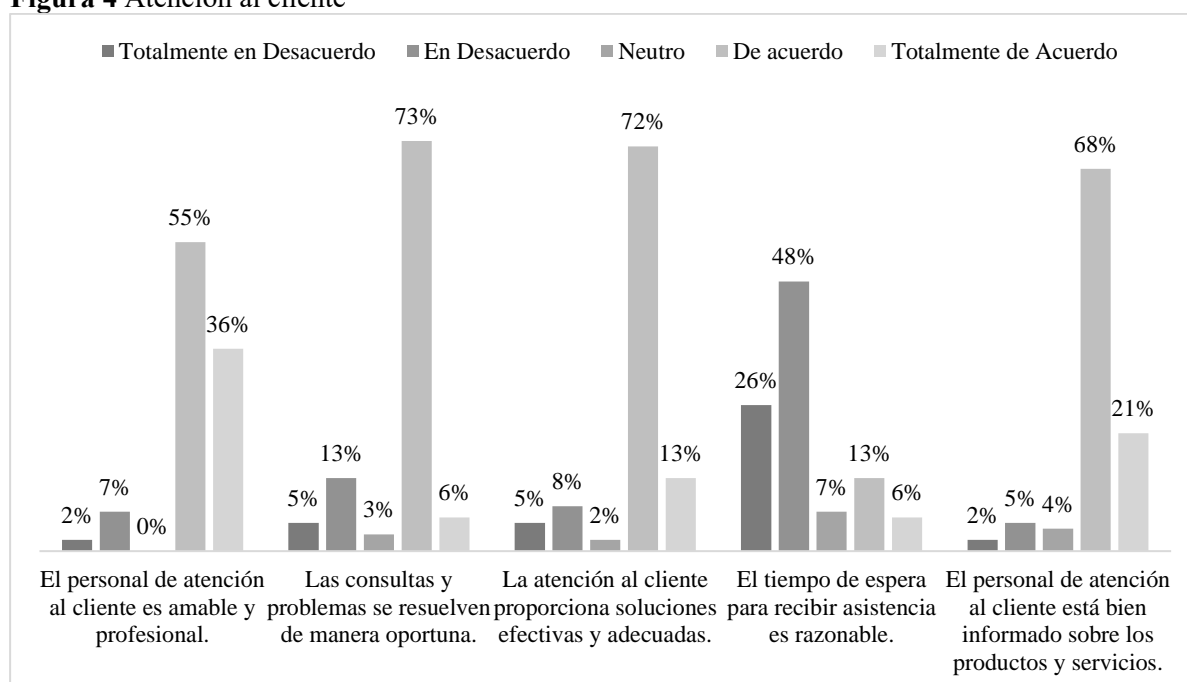
En términos generales, la satisfacción con la relación calidad-precio del servicio es alta, con un 68% de los encuestados de acuerdo y un 8% totalmente de acuerdo. Sin embargo, un 19% (11% totalmente en desacuerdo y 8% en desacuerdo) no está conforme, lo que evidencia que, aunque la mayoría valora positivamente el servicio en relación con su costo, hay un porcentaje de clientes que espera más por el precio que paga.

Por tanto, se deduce que la percepción general sobre la relación calidad-precio es positiva, ya que la mayoría de los encuestados considera que el costo del servicio es justificado y competitivo. No obstante,



aún hay una proporción de clientes que no percibe una ventaja clara en comparación con otras opciones del mercado, lo que podría influir en su fidelización y percepción de valor del servicio.

**Figura 4** Atención al cliente



Los resultados de la encuesta reflejan una percepción mixta respecto a la atención al cliente del servicio de televisión por cable. Mientras que aspectos como la amabilidad, el profesionalismo y la resolución de problemas son bien valorados, el tiempo de espera para recibir asistencia genera un alto nivel de insatisfacción.

En cuanto a la amabilidad y profesionalismo del personal, el 55% de los encuestados está de acuerdo y el 36% totalmente de acuerdo, lo que significa que el 91% de los clientes valora positivamente este aspecto. Solo un 9% expresó desacuerdo, lo que indica que el trato recibido es, en general, satisfactorio para la mayoría de los usuarios.

Respecto a la resolución oportuna de consultas y problemas, el 73% de los encuestados está de acuerdo y el 6% totalmente de acuerdo, sumando un 79% de respuestas positivas. Sin embargo, un 18% de los usuarios (5% totalmente en desacuerdo y 13% en desacuerdo) considera que la atención no es lo suficientemente rápida, lo que sugiere que aún hay margen para mejorar en este aspecto.

En cuanto a la efectividad de las soluciones brindadas por la atención al cliente, el 72% de los encuestados está de acuerdo y el 13% totalmente de acuerdo, lo que indica que el 85% de los clientes

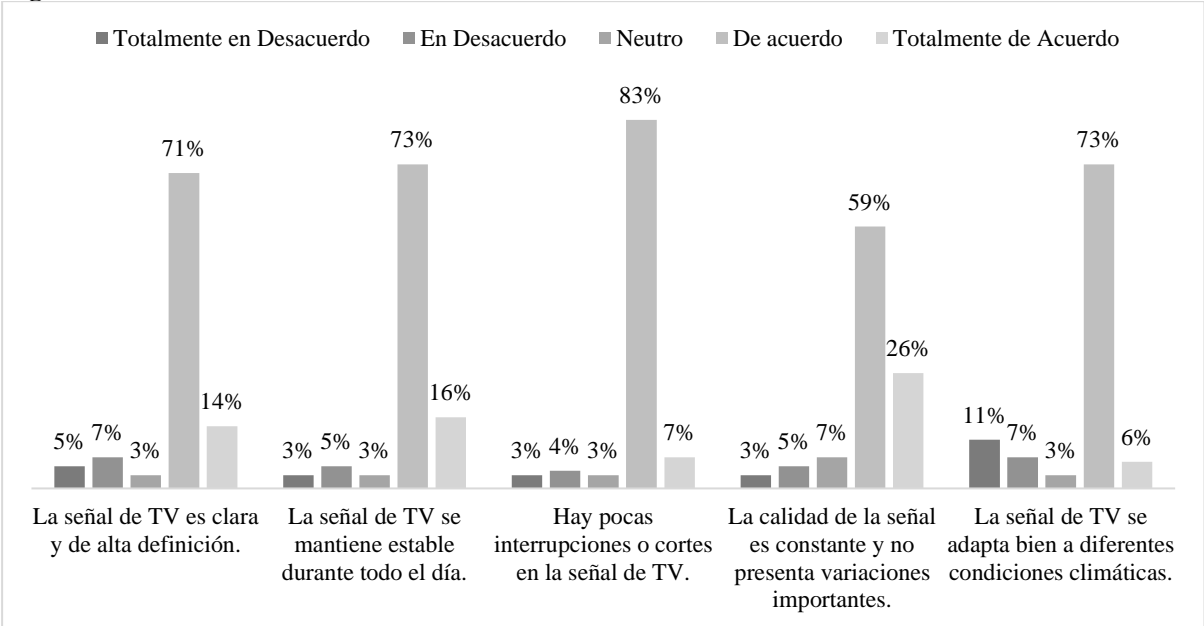
cree que las respuestas que reciben son adecuadas. A pesar de ello, un 13% expresó desacuerdo, lo que evidencia que, si bien la mayoría percibe una solución efectiva a sus problemas, aún existen casos en los que los clientes no obtienen respuestas satisfactorias.

El tiempo de espera para recibir asistencia es, sin duda, el punto más crítico del servicio de atención al cliente. Un 26% de los encuestados está totalmente en desacuerdo y un 48% en desacuerdo con la afirmación de que el tiempo de espera es razonable, lo que suma un 74% de insatisfacción. Solo un 19% de los encuestados (13% de acuerdo y 6% totalmente de acuerdo) tiene una percepción positiva en este aspecto, lo que sugiere que los tiempos de respuesta son un problema recurrente que afecta la experiencia del cliente.

Por otro lado, la información del personal sobre productos y servicios es bien valorada, con un 68% de los encuestados de acuerdo y un 21% totalmente de acuerdo, sumando un 89% de opiniones favorables. Solo un 7% expresó desacuerdo, lo que indica que los clientes consideran que los representantes del servicio tienen un buen conocimiento sobre la oferta de la empresa.

De allí que, la atención al cliente es vista como profesional y efectiva en la resolución de problemas, y el personal es percibido como bien informado. Sin embargo, el tiempo de espera para recibir asistencia representa una gran oportunidad de mejora, ya que es el aspecto con mayor nivel de insatisfacción entre los clientes.

**Figura 5.** Calidad de la Señal



Los resultados de la encuesta reflejan que la percepción general sobre la calidad de la señal de televisión es positiva, aunque existen ciertos aspectos que generan opiniones divididas. En términos de claridad, estabilidad y continuidad, la mayoría de los usuarios expresa satisfacción, aunque un pequeño porcentaje señala problemas ocasionales en la transmisión.

Respecto a la claridad y definición de la señal, el 71% de los encuestados está de acuerdo y el 14% totalmente de acuerdo, lo que suma un 85% de respuestas positivas. Sin embargo, un 12% (5% totalmente en desacuerdo y 7% en desacuerdo) opina lo contrario, lo que indica que, aunque la gran mayoría percibe una señal nítida, existe un pequeño grupo de usuarios que experimenta problemas con la calidad de imagen.

En cuanto a la estabilidad de la señal durante todo el día, el 73% de los encuestados está de acuerdo y el 16% totalmente de acuerdo, lo que significa que el 89% de los usuarios considera que la señal es estable. Solo un 8% (3% totalmente en desacuerdo y 5% en desacuerdo) manifestó lo contrario, lo que indica que las interrupciones son poco frecuentes para la mayoría.

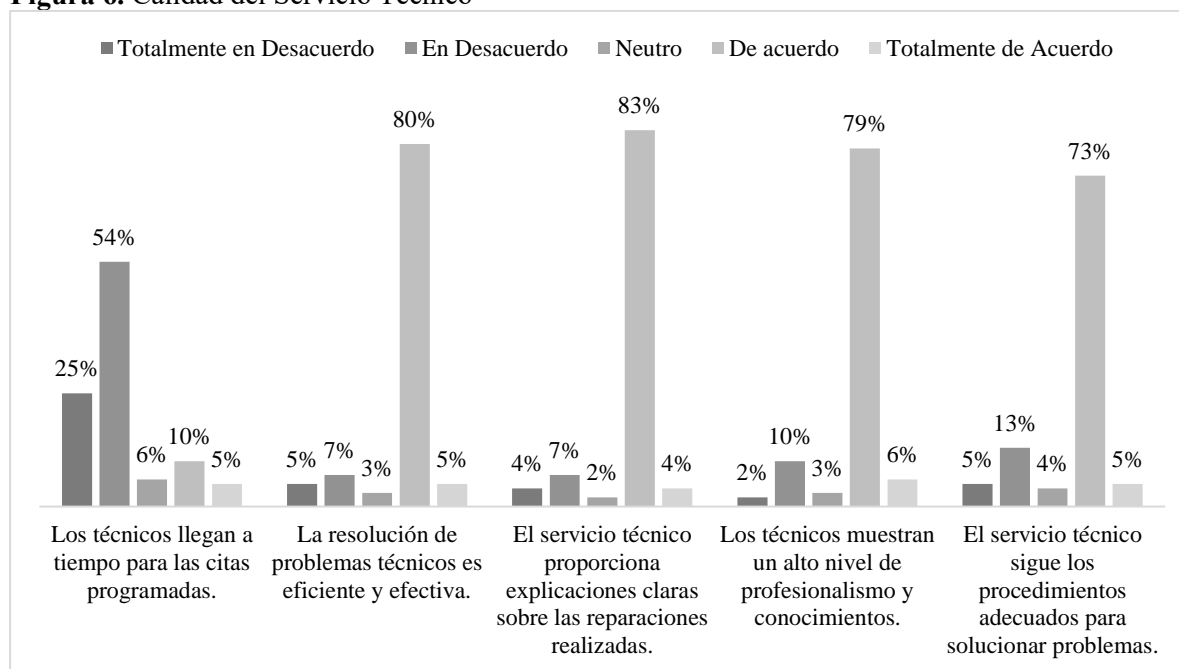
Por otro lado, la percepción sobre la cantidad de interrupciones o cortes en la señal es también mayormente favorable. Un 83% de los encuestados está de acuerdo y un 7% totalmente de acuerdo con que hay pocas interrupciones, lo que representa un 90% de satisfacción en este aspecto. Apenas un 7% expresó opiniones negativas, lo que indica que los cortes en la transmisión no son una preocupación frecuente para la mayoría de los clientes.

En relación con la consistencia de la calidad de la señal, el 73% de los encuestados está de acuerdo y el 6% totalmente de acuerdo en que no hay variaciones importantes en la transmisión. Sin embargo, un 18% (11% totalmente en desacuerdo y 7% en desacuerdo) no comparte esta percepción, lo que sugiere que, aunque la mayoría experimenta una señal estable, existe una minoría que enfrenta problemas de variación en la calidad de la transmisión.

Por lo tanto, la calidad de la señal es bien valorada en términos de claridad, estabilidad y continuidad, con una amplia mayoría de usuarios satisfechos. No obstante, un pequeño porcentaje de clientes reporta problemas ocasionales, lo que indica que aún hay espacio para mejorar la consistencia de la señal y garantizar una experiencia óptima para todos los usuarios.



**Figura 6. Calidad del Servicio Técnico**



Los resultados de la encuesta muestran una percepción mixta sobre la calidad del servicio técnico. Mientras que aspectos como la eficiencia en la resolución de problemas, la claridad en las explicaciones y el profesionalismo del personal técnico son bien valorados, la puntualidad en las citas programadas genera un alto nivel de insatisfacción.

Uno de los puntos más críticos es la puntualidad de los técnicos en las citas programadas, donde el 25% de los encuestados está totalmente en desacuerdo y el 54% en desacuerdo, sumando un 79% de opiniones negativas. Solo un 15% de los usuarios (10% de acuerdo y 5% totalmente de acuerdo) tiene una percepción positiva en este aspecto. Estos resultados evidencian que los retrasos o incumplimientos en las citas son un problema frecuente que afecta la experiencia del cliente.

Por otro lado, la eficiencia y efectividad en la resolución de problemas técnicos es ampliamente valorada. El 80% de los encuestados está de acuerdo y el 5% totalmente de acuerdo, sumando un 85% de respuestas positivas. Solo un 12% expresó desacuerdo, lo que indica que, a pesar de los problemas con la puntualidad, una vez que el servicio técnico atiende los problemas, la solución suele ser efectiva. En cuanto a la claridad en las explicaciones sobre las reparaciones realizadas, el 83% de los encuestados está de acuerdo y el 4% totalmente de acuerdo, lo que suma un 87% de valoración positiva. Solo un 11%



manifestó desacuerdo, lo que indica que la mayoría de los clientes considera que el personal técnico brinda información comprensible sobre los arreglos efectuados.

El profesionalismo y conocimientos del personal técnico también reciben una buena valoración, con un 79% de acuerdo y un 6% totalmente de acuerdo, lo que representa un 85% de opiniones favorables. No obstante, un 12% expresó desacuerdo, lo que sugiere que algunos clientes han tenido experiencias en las que percibieron falta de preparación o profesionalismo en el servicio técnico.

Respecto a si el servicio técnico sigue los procedimientos adecuados para solucionar problemas, el 73% de los encuestados está de acuerdo y el 5% totalmente de acuerdo, sumando un 78% de respuestas positivas. Sin embargo, un 18% de los clientes expresó desacuerdo, lo que indica que, aunque en general se siguen los protocolos adecuados, hay casos en los que los procedimientos pueden no ser del todo efectivos o bien ejecutados.

En este sentido, la percepción sobre el servicio técnico es positiva en términos de eficiencia, claridad en la información y profesionalismo del personal. Sin embargo, la puntualidad en las citas programadas es el aspecto más crítico, con una alta tasa de insatisfacción, lo que sugiere que este es un punto clave a mejorar para optimizar la experiencia del cliente.

## **DISCUSIÓN**

Los resultados de la encuesta sobre la calidad del servicio de televisión por cable en Pilar reflejan una percepción mayormente positiva, pero con áreas de mejora, lo que se alinea con diversas teorías sobre la calidad del servicio. Los hallazgos coinciden con el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), que plantea que la calidad del servicio se mide por la diferencia entre las expectativas y la percepción del cliente. La satisfacción con la variedad de canales y el entretenimiento confirma que la oferta cumple con las expectativas de la mayoría. Además, la importancia de la relación calidad-precio señalada por Fichamba Arellano (2016) es respaldada por la encuesta, ya que los usuarios perciben el precio como competitivo, aunque con opiniones divididas.

Asimismo, el impacto positivo de la estabilidad de la señal y el profesionalismo del personal técnico es consistente con Grönroos (1984), quien diferencia entre calidad técnica y funcional. También, estudios como el de Udeh et al. (2022) refuerzan la idea de que la calidad del contenido, la señal y el servicio al cliente tienen una relación directa con la satisfacción del usuario.



A pesar de la percepción positiva general, algunos aspectos como la variedad de los canales deportivos y la puntualidad del servicio técnico presentan discrepancias. Según Berry (1983), la calidad del servicio debe ser consistente para garantizar la fidelización del cliente, pero la alta insatisfacción con los tiempos de espera en el servicio técnico sugiere una falla en la consistencia del servicio.

Por otro lado, la insatisfacción con la interfaz de los decodificadores podría vincularse con la teoría de Moreno y Maryelis (2017), quienes destacan que la experiencia del usuario no solo depende del contenido sino también de la facilidad de uso de los dispositivos.

De allí que, la evaluación del servicio de TV cable en Pilar confirma muchas de las teorías sobre calidad del servicio, destacando la importancia de la percepción del cliente en la evaluación general. Sin embargo, las áreas críticas como la puntualidad del servicio técnico y la variedad deportiva indican oportunidades de mejora para alinear aún más el servicio con las expectativas de los clientes.

## **CONCLUSIONES**

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio de televisión por cable en la ciudad de Pilar, Paraguay, considerando diversas dimensiones clave que impactan en la percepción de los usuarios. A través del análisis de los resultados obtenidos en la encuesta, se logró cumplir con los objetivos específicos propuestos.

En primer lugar, en cuanto a la calidad de los productos, como decodificadores y equipos, se identificó una percepción mayormente positiva respecto a su funcionamiento y diseño, aunque se evidenció una oportunidad de mejora en la usabilidad de la interfaz. Este hallazgo es consistente con la teoría de Moreno y Maryelis (2017), que resalta la importancia del hardware en la experiencia del usuario.

Respecto a la variedad y calidad del contenido del paquete televisivo, los resultados indican una alta satisfacción en términos generales, especialmente en entretenimiento y canales locales. Sin embargo, la percepción sobre los canales deportivos muestra opiniones divididas, lo que sugiere la necesidad de diversificar esta categoría para atender mejor las expectativas de los usuarios. Este hallazgo respalda las afirmaciones de Pineda de Alcázar y Durante Rincón (1998), quienes destacan la multifaceticidad de la calidad en los servicios de televisión por cable.

En relación con la percepción de la calidad-precio, la mayoría de los encuestados considera que el costo del servicio es justificado y competitivo, aunque un grupo de usuarios no percibe una ventaja clara frente

a otras opciones del mercado. Esta discrepancia refuerza lo señalado por Fichamba Arellano (2016), quien destaca la importancia del equilibrio entre costo y calidad en la retención de clientes.

Por otro lado, la atención al cliente recibió evaluaciones mixtas. Mientras que la amabilidad y el profesionalismo del personal fueron bien valorados, el tiempo de espera para recibir asistencia se identificó como una de las principales debilidades del servicio. Esta situación confirma la teoría de Berry (1983) sobre la importancia de la consistencia en la calidad del servicio para garantizar la satisfacción del usuario.

En cuanto a la calidad de la señal, los resultados reflejan una percepción positiva en términos de estabilidad, claridad y continuidad de la transmisión. No obstante, un pequeño porcentaje de clientes reportó problemas ocasionales, lo que indica oportunidades de mejora para garantizar una experiencia óptima para todos los usuarios. Según Udeh et al. (2022), la calidad de la señal es un factor clave en la satisfacción de los clientes de televisión paga, lo que refuerza la importancia de mantener altos estándares en este aspecto. Además, la evaluación del servicio técnico evidenció que, si bien la eficiencia en la resolución de problemas y la claridad en las explicaciones son altamente valoradas, la puntualidad en las citas programadas es el aspecto con mayor nivel de insatisfacción. Este hallazgo resalta la necesidad de optimizar los tiempos de respuesta para mejorar la experiencia del usuario y garantizar la fidelización.

En conclusión, el servicio de televisión por cable en Pilar goza de una aceptación generalizada, con fortalezas en la estabilidad de la señal, la variedad del contenido y la atención al cliente. No obstante, persisten oportunidades de mejora en aspectos específicos como la oferta de canales deportivos, la puntualidad del servicio técnico y la percepción de la relación calidad-precio. Estos hallazgos proporcionan información valiosa para la optimización del servicio y el diseño de estrategias orientadas a fortalecer la satisfacción y fidelización de los usuarios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arellano, F. y Leonardo, S. (2016). *Diseño de la red híbrida coaxial-fibra óptica (HFC) para brindar servicio de IP-TV en la Empresa Multicable de la Ciudad de Otavalo.*

<https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/4667>



- Ayay, N. T. T., Vásquez, J. G., Ramírez-López, R., & Alvarado, G. D. P. P. (2021). *Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184-1197. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i1.320](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320)
- Colmenares Delgado, O. A., & Saavedra Torres, J. L. (2007). *Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio*. <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones [CONATEL] (2024). *Normas Generales*. <https://www.conatel.gov.py/conatel/quienes-somos/>
- Espinoza, J. R. I. (2021). *La calidad de servicio en la administración pública*. Horizonte empresarial, 8(1), 425-437. DOI: <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Espinoza, J. R. I., & Vallejos, C. A. A. (2021). *Calidad de servicio en instituciones privadas y públicas: Revisión sistemática*. TZHOECOEN, 13(2), 84-93. <https://doi.org/10.26495/tzh.v13i2.2002>
- Fichamba Arellano, S. L. (2016). *Diseño de la red híbrida coaxial-fibra óptica (HFC) para brindar servicio de IP-TV en la Empresa Multicable de la Ciudad de Otavalo* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte]. Recuperado de <https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/4667>
- Gutiérrez, L. G., López, F. J. M., & Torres, I. T. (2007). *El dinamismo de los factores determinantes de la calidad de servicio percibida por los clientes.: un análisis empírico centrado en el sector de la consultoría*. In El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM (p. 13). Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM).
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V. México.
- Instituto Nacional de Estadística [INE] (2023). *Resultados finales del censo*. Recuperado de <https://www.ine.gov.py/censo2022/>
- López, J. V. G. (2020). *COMT004PO-Fundamentos de atención al cliente*. Editorial E-learning, SL.



- Moreno, V., & Maryelis, R. (2017). *Satisfacción percibida por los clientes en la calidad del servicio de televisión por cable que brindan las empresas claro Tv y tele cable, en la ciudad de Matagalpa, periodo 2016*. <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/5214/1/6071.pdf>
- Pineda de Alcázar, M., & Durante Rincón, E. (1998). *Uso del tiempo de ocio del marabino vía TV-cable, satélite y/o microondas*. *Opción*, 14(27). Recuperado a partir de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/6178>
- Ramírez, L. H. (2020). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro Hotelería, en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado, 2019*. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/15644>
- Torres Samuel, M., & Vásquez Stanescu, C. L. (2018). *Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis*. *Revista Científica Compendium*, 18(35). Recuperado a partir de <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/64>
- Ubilla, M. A. B., Barreno, E. R. Z., Freire, F. O., & Sánchez, M. T. (2019). *Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual*. *Revista empresarial*, 13(2), 1-15.
- Udeh, C., Ifekanandu, C., Idoko, E., Ugwuanyi, C. y Okeke, C. (2022). *Calidad del producto de televisión de pago y satisfacción del cliente: una investigación*. *Revista internacional de sistemas de información e informática*. <https://doi.org/10.47747/ijisi.v3i1.685>
- Zeithaml, VA y Parasuraman, A. (2004). *Calidad del servicio*. Cambridge, MA