



DOI: <https://doi.org/10.46296/yc.v8i14edesgab.0432>

PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE EMPRESAS PROVEEDORAS DE INTERNET EN ECUADOR

PERCEPTION OF THE QUALITY OF INTERNET SERVICE PROVIDERS IN ECUADOR

Burgos-Andrade Andreina Nicole ¹; Zambrano-Montesdeoca Jasson Luis ²

¹ Estudiante de Maestría en Administración de Empresas, Facultad de Postgrado, Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo, Ecuador. Correo: aburgos9673@utm.edu.ec.
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-0252-4573>

² Auxiliar a tiempo completo de la Facultad de Posgrado, Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo, Ecuador. Correo: jasson.zambrano@utm.edu.ec.
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0501-8918>

Resumen

Las expectativas de los usuarios han aumentado debido a la creciente dependencia de la conectividad en línea. Las empresas a menudo descuidan la calidad del servicio al enfocarse en productos de alta calidad, lo que ha llevado a una competencia intensa, la percepción del cliente es esencial para la satisfacción y la lealtad del cliente. Esta investigación contribuye al conocimiento en telecomunicaciones y satisfacción del cliente, ayudando a comprender cómo los usuarios evalúan la calidad del servicio de Internet en Ecuador y contribuye en la toma de decisiones empresariales y políticas y puede mejorar la calidad de los servicios. Se utilizó un enfoque mixto, incluyendo investigación de campo, bibliográfica y descriptiva. La población de estudio incluye a 10 empresas proveedoras de Internet y una muestra de 120 usuarios para la aplicación de encuestas y entrevistas a dos expertos. Los resultados obtenidos permitieron identificar una brecha digital entre zonas rurales y urbanas. Se identificaron desafíos como la inversión en infraestructura, la competencia y la regulación, con propuestas para mejorar la velocidad, estabilidad y disponibilidad de la conexión. Los expertos enfatizaron la importancia de mejorar la atención al cliente y promover la transparencia en las tarifas. La encuesta mostró una mayoría satisfecha con la velocidad, pero con interrupciones y problemas de estabilidad frecuentes. Se ofrecieron recomendaciones para mejorar la calidad del servicio, incluyendo mejoras en la infraestructura, la promoción de la competencia y la innovación en el sector.

Palabras claves: Percepción de calidad, Servicios de Internet, Satisfacción del Cliente, Telecomunicaciones, Ecuador.

Abstract

The expectations of users have increased due to the growing dependence on online connectivity. Companies often overlook service quality while focusing on high-quality products, leading to intense competition; customer perception is essential for satisfaction and loyalty. This research contributes to knowledge in telecommunications and customer satisfaction, helping to understand how users evaluate Internet service quality in Ecuador and contributes to business and policy decision-making, potentially improving service quality. A mixed approach was used, including field, literature, and descriptive research. The study population includes 10 Internet service providers and a sample of 120 users for surveys and interviews with two experts. The results identified a digital divide between rural and urban areas. Challenges such as investment in infrastructure, competition, and regulation were identified, with proposals to improve connection speed, stability, and availability. Experts emphasized the importance of improving customer service and promoting transparency in fees. The survey showed a majority satisfied with speed but with frequent interruptions and stability issues. Recommendations were made to improve

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 12 de enero de 2024.

Fecha de aceptación: 20 de marzo de 2024.

Fecha de publicación: 04 de abril de 2024.



service quality, including infrastructure improvements, promoting competition, and innovation in the sector.

Keywords: Quality perception, Internet services, Customer satisfaction, Telecommunications, Ecuador.

1. Introducción

En el contexto de la percepción de la calidad de los servicios de empresas proveedoras de internet en Ecuador, es fundamental destacar que el servicio al cliente desempeña un papel crítico en la satisfacción del usuario y, en última instancia, en el éxito de las empresas proveedoras de este servicio en el país. Garcés (2018) resalta que una atención al cliente eficaz representa una estrategia de marketing de gran alcance para estas organizaciones. Esto se debe a que la adquisición de nuevos clientes resulta significativamente más costosa que mantener a los clientes existentes. Por lo tanto, la calidad de los servicios ofrecidos se convierte en el pilar fundamental para la supervivencia de las empresas en un entorno caracterizado por una competencia feroz y consumidores cada vez más informados.

Barrantes (2017), por su parte, enfatiza que en la actualidad la calidad del servicio en el sector de

proveedores de Internet en Ecuador tiende a ser baja o incluso inexistente en algunos casos. Muchas empresas han descuidado este aspecto crucial debido a su enfoque en la oferta de productos de alta calidad y han subestimado la importancia de brindar un excelente servicio al cliente. Esto se debe a que los consumidores, ante la abundante oferta de productos y marcas equivalentes, se han vuelto más exigentes. El mercado se ha diversificado y la competencia se ha intensificado, lo que ha obligado a las organizaciones a destacar y diferenciarse a través de la prestación de servicios de alta calidad en la atención al cliente como un medio para mantener la satisfacción del cliente y fidelizarlo.

López (2018) señala que, en el contexto ecuatoriano, la percepción sobre la calidad del servicio ha experimentado un cambio significativo en los últimos años. Inicialmente, la atención al cliente se consideraba menos relevante en



comparación con otros aspectos del negocio. Sin embargo, a medida que las empresas han evolucionado y se han enfrentado a una mayor competencia, la calidad del servicio ha comenzado a ganar terreno y a ser vista como un elemento clave en la creación y agregación de valor por parte de las empresas proveedoras de Internet.

Por su parte, González et al. (2017) identifican un preocupante declive en la atención al cliente en varias empresas de Ecuador en los últimos años. En lugar de brindar soluciones y asistencia a los usuarios, algunas empresas han priorizado la generación de ingresos, lo que ha llevado a situaciones en las que la atención al cliente se ha visto relegada a un segundo plano. Esto no solo afecta negativamente la percepción de calidad de los servicios de Internet, sino que también puede generar problemas adicionales para los clientes, lo que subraya la importancia de mejorar y mantener altos estándares de atención al cliente en este sector.

Cabe resaltar que, en la era digital actual, el acceso confiable y eficiente a Internet se ha convertido en un elemento crítico para la vida

cotidiana, el trabajo y el desarrollo económico en Ecuador. Sin embargo, a pesar de la creciente importancia de la conectividad en línea, persisten preocupaciones y desafíos relacionados con la calidad de los servicios proporcionados por las empresas proveedoras de Internet en el país. Según Bustamante (2019), la percepción de los usuarios sobre la calidad de estos servicios desempeña un papel fundamental en su satisfacción y fidelización, y, en última instancia, puede influir en la competitividad de estas empresas en el mercado.

A pesar de la creciente oferta de servicios de Internet y la promoción de velocidades de conexión cada vez más altas, existe una creciente inquietud en cuanto a la calidad real de estos servicios en términos de fiabilidad, velocidad, atención al cliente y satisfacción general del usuario. Esta inquietud se ve agravada por la presencia de múltiples proveedores de Internet en Ecuador, lo que plantea preguntas sobre la consistencia en la calidad de los servicios entre ellos.

Además, el contexto económico y tecnológico en constante evolución en Ecuador ha llevado a una mayor

demanda de servicios de Internet de alta calidad. Los consumidores ahora tienen acceso a una amplia gama de opciones y alternativas, lo que ha aumentado sus expectativas en términos de calidad y servicio al cliente. Esta situación plantea un desafío importante para las empresas proveedoras de Internet, ya que deben diferenciarse y mantener altos estándares de calidad para retener a sus clientes y competir efectivamente en el mercado.

En este contexto, surge la necesidad de investigar y comprender en profundidad la percepción de los usuarios sobre la calidad de los servicios de Internet proporcionados por las empresas proveedoras en Ecuador. Esto implica analizar factores clave que afectan esta percepción, identificar áreas de mejora y evaluar cómo las empresas pueden abordar estos desafíos para garantizar la satisfacción del cliente y su lealtad en un mercado cada vez más competitivo y dinámico. Por lo tanto, para el desarrollo de esta investigación se ha establecido la siguiente pregunta del problema:

¿Cuál es la percepción de la calidad de los servicios de empresas proveedoras de internet en Ecuador?

La justificación teórica de esta investigación radica en su contribución al conocimiento en el ámbito de las telecomunicaciones y la satisfacción del cliente al explorar cómo los usuarios evalúan la calidad de los servicios de Internet en Ecuador. Esto proporciona una base sólida para comprender su comportamiento en relación con estos servicios.

Desde una perspectiva metodológica, este estudio aborda un campo de investigación que se beneficia de una amplia gama de técnicas cualitativas y cuantitativas, como encuestas, entrevistas y análisis de datos. Esto permite una investigación exhaustiva que puede generar información valiosa para la toma de decisiones empresariales y políticas.

En el ámbito social, la investigación sobre la percepción de la calidad de los servicios de Internet es relevante debido a la creciente dependencia de la sociedad en la conectividad en línea. Comprender más profundamente cómo los usuarios experimentan estos servicios puede



conducir a mejoras que tengan un impacto positivo en la vida de las personas.

Desde una perspectiva económica, este tema es esencial ya que las empresas proveedoras de Internet en Ecuador operan en un mercado altamente competitivo. La calidad de los servicios tiene un impacto directo en la retención de clientes y, por lo tanto, en la rentabilidad de estas empresas. La investigación puede identificar áreas de inversión estratégica para mejorar la calidad y, en última instancia, la posición competitiva.

En términos prácticos, este análisis tiene aplicaciones concretas tanto en el mundo empresarial como en el gubernamental. Puede proporcionar información esencial para mejorar la calidad de los servicios de Internet, lo que a su vez puede aumentar la satisfacción del cliente y la competitividad de las empresas. Además, puede orientar la formulación de políticas que creen un entorno propicio para el desarrollo de la infraestructura de Internet en el país. En conjunto, estas justificaciones subrayan la importancia y la pertinencia de este estudio multidimensional.

2. Metodología

Enfoque de la investigación

La investigación presentó un enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo. En el primer caso, esto se debe a que se trató información subjetiva o una descripción no estadística de los procesos del objeto de investigación en cuanto a la calidad del servicio, así como de los análisis de los resultados de las entrevistas, ya que contiene información no estadística, por lo que se opta por la interpretación de los datos cualitativos.

En el caso de la investigación cuantitativa, se establece en este trabajo porque se aplican encuestas a clientes externos o usuarios de los servicios de empresas proveedoras de internet en Ecuador, además se emplean datos donde se presentan estadísticas, por lo tanto, son cuantificables, ya que se espera medir el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio ofertado.

Diseño de investigación

La investigación presenta un diseño no experimental, es decir, que no se harán experimentos o se manipularán las variables de estudio, por ello, la fase de diagnóstico se

hizo en base a los hechos que han ocurrido tal cual en su entorno normal o contexto normal.

Tipo de investigación

En cuanto a los tipos de investigación escogido, se realizará una investigación de campo, bibliográfica y descriptiva:

La investigación de campo según Ramírez (2018), se basa en información primaria o que será colectada directamente de la fuente y que requiere en esencia de un instrumento para ello. Se apoya en la observación, la experimentación, entrevistas, encuestas. Se empleó para la obtención de datos in situ en la empresa objeto de estudio a partir de la aplicación de encuestas a los clientes internos y externos; y, una entrevista al gerente del establecimiento.

Por su parte, la investigación bibliográfica – documental según Hernández (2015), es un proceso mediante el cual se recopilan conceptos con el propósito de obtener un conocimiento sistematizado del tema. Se empleó este tipo de investigación porque se recopiló información de fuentes secundarias como libros, revistas, documentos y sitios web con la

intención de darle un sustento teórico a las variables de estudio.

Además, se presenta la investigación descriptiva, Guevara et al. (2020) señala que este tipo de investigación tiene el objetivo de describir algunas características básicas de los mismos objetos, utilizando medidas sistemáticas que permitan establecer la estructura o comportamiento de los fenómenos en estudio, utilizando medidas que proporcionen información sistemática y comparativa con otras fuentes. Este tipo de investigación se utilizó para establecer como incide la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la empresa objeto de estudio mediante la descripción de la situación actual.

Población y muestra

En esta investigación se consideraron dos poblaciones de estudio, y por ende se obtuvieron dos muestras. La primera corresponde a empresas proveedoras de internet que operan en el país, y la segunda a los usuarios de los servicios de estas compañías.

Según la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), en Ecuador hay 10



empresas proveedoras de internet fijo con licencia para operar en el país. Estas empresas son:

- Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT)
- Megadatos S.A. (Netlife)
- Setel S.A. (TV Cable)
- Claro Ecuador
- Otecel (Movistar)
- Etapa Telecom
- Telconet
- Pacifictel
- LEVEL3 Ecuador

Además de estas empresas, existen también otras empresas que ofrecen servicios de internet fijo, pero que no tienen licencia para operar en todo el país. Estas empresas suelen operar en zonas específicas o en pequeñas comunidades.

En cuanto al internet móvil, el mercado está dominado por tres empresas:

- Claro Ecuador
- Otecel (Movistar)
- CNT

Estas empresas ofrecen servicios de internet móvil 4G LTE y 5G en todo el país.

Por lo tanto, la población objeto de estudio es de 10 empresas, tomándose como muestra al 100%

de ella debido a que representa un universo pequeño. Se aplicarán encuestas en línea o por teléfono a un representante de cada una de ellas.

Por otro lado, se tiene a la segunda población o universo a los usuarios de internet del país. El 57% de la población total, es decir, 10,17 millones de usuarios, según la Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares del INEC (2019). En este caso debido a que la población es elevada se procedió a calcular un tamaño de muestra a partir de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z^2 * p * q * N)}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n es el tamaño de la muestra;

N la población a ser investigada (10.170.000);

q es la probabilidad de éxito (0,5);

q es la probabilidad de fracaso (0,5)

Z el nivel de confianza es del 92% (1,75 valor constante);

E el margen de error empleado (8%).

$$n = \frac{(1,75^2 * 0,5 * 0,5 * 10.170.000)}{0,08^2(10.170.000 - 1) + 1,75^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{7.786.406,25}{65.088,75}$$

$$n = 119,62$$

Se aplicó la respectiva encuesta vía online a 120 usuarios de servicios de internet en el país.

Técnicas

Entrevista: Una de las técnicas formales para el análisis de procesos son las entrevistas, los datos reflejados en estas permitirán analizar cómo está definido el proceso formal actual por parte de dos expertos en el tema de la calidad de servicios de empresas proveedoras de internet. El análisis de la entrevista buscó determinar cómo se ha establecido la cultura de la calidad del servicio ofertado por las empresas objeto de estudio.

Encuesta: fue dirigidas a los clientes externos de las empresas analizadas, con la intención de establecer de forma objetiva la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes. También se aplicó a un representante de los negocios en cuestión. Se utilizó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas aplicada vía online.

Instrumentos

Como instrumentos de recolección de datos se empleará un cuestionario semiestructurado para

el desarrollo de la entrevista; y un cuestionario estructurado para la aplicación de las encuestas.

3. Resultados y discusión

El presente estudio analiza la calidad de los servicios de internet ofrecidos por una muestra de proveedores en Ecuador, evaluando parámetros como la velocidad, la estabilidad y la disponibilidad de la conexión. Se incluyen empresas de internet fijo y móvil, con énfasis en las tres empresas que dominan el mercado de internet móvil: Claro Ecuador, Otecel (Movistar) y CNT.

Internet Fijo

CNT:

- Cobertura: La mayor cobertura a nivel nacional, incluyendo zonas rurales y urbanas.
- Velocidad: Varía según la región. En zonas rurales, la velocidad puede ser inferior a la de zonas urbanas.
- Estabilidad: Puede presentar problemas de estabilidad en zonas rurales y durante las horas pico de uso.
- Precios: Competitivos, con planes para diferentes presupuestos.



- Atención al cliente: Variable, con usuarios reportando dificultades para obtener asistencia.

Netlife:

- Velocidad: Ofrece planes con velocidades competitivas, incluso en zonas rurales.
- Estabilidad: Puede presentar problemas de estabilidad en zonas rurales.
- Precios: Competitivos, con planes para diferentes presupuestos.
- Atención al cliente: Buena, con diferentes canales de atención disponibles.

TV Cable:

- Velocidad: Ofrece planes con velocidades competitivas.
- Estabilidad: Se destaca por la estabilidad de su conexión.
- Precios: Relativamente altos en comparación a otros proveedores.
- Atención al cliente: Buena, con diferentes canales de atención disponibles.

Claro:

- Cobertura: Amplia cobertura a nivel nacional.
- Velocidad: Varía según la región y la hora del día.

- Estabilidad: Puede presentar problemas de estabilidad en zonas rurales y durante las horas pico de uso.
- Precios: Variados, con planes para diferentes presupuestos.
- Atención al cliente: Variable, con algunos usuarios reportando dificultades para obtener asistencia.

Movistar:

- Cobertura: Amplia cobertura a nivel nacional.
- Velocidad: Ofrece planes con velocidades competitivas.
- Estabilidad: Puede presentar problemas de estabilidad en zonas rurales y durante las horas pico de uso.
- Precios: Variados, con planes para diferentes presupuestos.
- Atención al cliente: Variable, con usuarios reportando dificultades para obtener asistencia.

Etape Telecom:

- Cobertura: Zonas rurales y ciudades pequeñas.
- Velocidad: Variable, dependiendo del plan contratado.
- Estabilidad: Variable, dependiendo del plan contratado.

- Precios: Accesibles.
- Atención al cliente: Variable, con algunos usuarios reportando dificultades para obtener asistencia.

Telconet:

- Cobertura: Zonas rurales y ciudades pequeñas.
- Velocidad: Limitada.
- Estabilidad: Variable.
- Precios: Accesibles.
- Atención al cliente: Variable, con usuarios reportando dificultades para obtener asistencia.

Pacifictel:

- Cobertura: Región Costa.
- Velocidad: Variable, dependiendo del plan contratado.
- Estabilidad: Variable, dependiendo del plan contratado.
- Precios: Variables.
- Atención al cliente: Variable, con usuarios reportando dificultades para obtener asistencia.

LEVEL3 Ecuador:

- Cobertura: Empresas y corporaciones a nivel nacional.
- Velocidad: Planes de alta velocidad.

- Estabilidad: Alta disponibilidad.
- Precios: Elevados, enfocados a empresas.
- Atención al cliente: Personalizada y especializada para empresas.

Internet Móvil**Claro:**

- Cobertura: La mayor cobertura a nivel nacional.
- Velocidad: Varía según la región y la hora del día.
- Estabilidad: Puede presentar problemas de estabilidad en zonas rurales y durante las horas pico de uso.
- Precios: Variados, con planes para diferentes presupuestos.
- Atención al cliente: Variable, con algunos usuarios reportando dificultades para obtener asistencia.

Movistar:

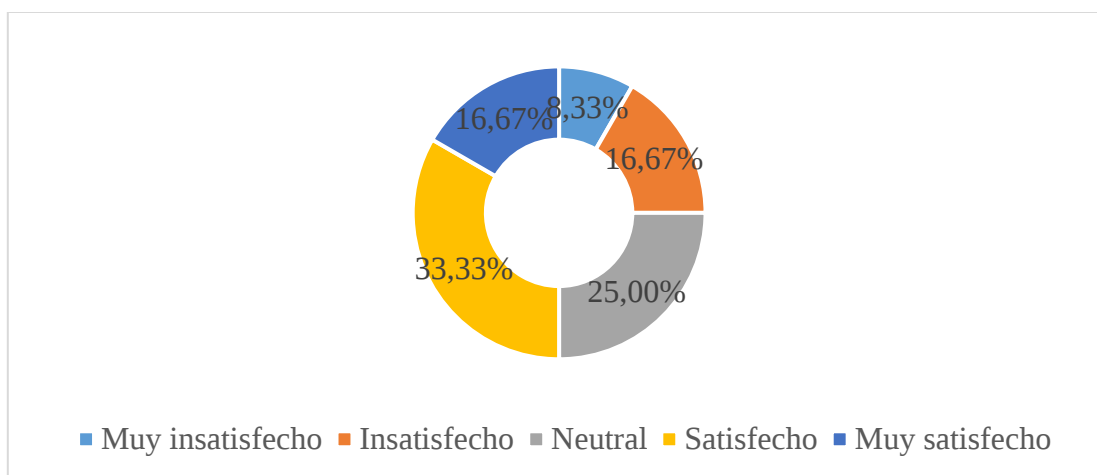
- Cobertura: Amplia cobertura a nivel nacional.
- Velocidad: Ofrece planes con velocidades competitivas.
- Estabilidad: Puede presentar problemas de estabilidad en zonas rurales y durante las horas pico de uso.
- Precios: Variados, con planes para diferentes presupuestos.

- Atención al cliente: Variable, con algunos usuarios reportando dificultades para obtener asistencia.

La calidad del servicio de internet en Ecuador varía según el proveedor, la región, el tipo de servicio (fijo o móvil) y el plan contratado. Se

observa una brecha digital entre zonas rurales y urbanas, con las primeras padeciendo un servicio de menor calidad y menor acceso. Los principales desafíos del sector incluyen la inversión en infraestructura, la competencia, la regulación y la satisfacción del cliente.

Figura 1. Satisfacción con la velocidad de conexión



Fuente: Andrade (2024)

La mayor frecuencia de respuestas se encuentra en la categoría "Satisfecho", con un 33.33%, seguida de cerca por la categoría "Neutral" con un 25.00%. Esto sugiere que la mayoría de los usuarios encuestados tienen una percepción positiva o neutral sobre la velocidad de conexión ofrecida por su proveedor de Internet. Por otro lado, las categorías de "Muy insatisfecho" y "Insatisfecho" representan un 8.33% y un 16.67% respectivamente, indicando que una

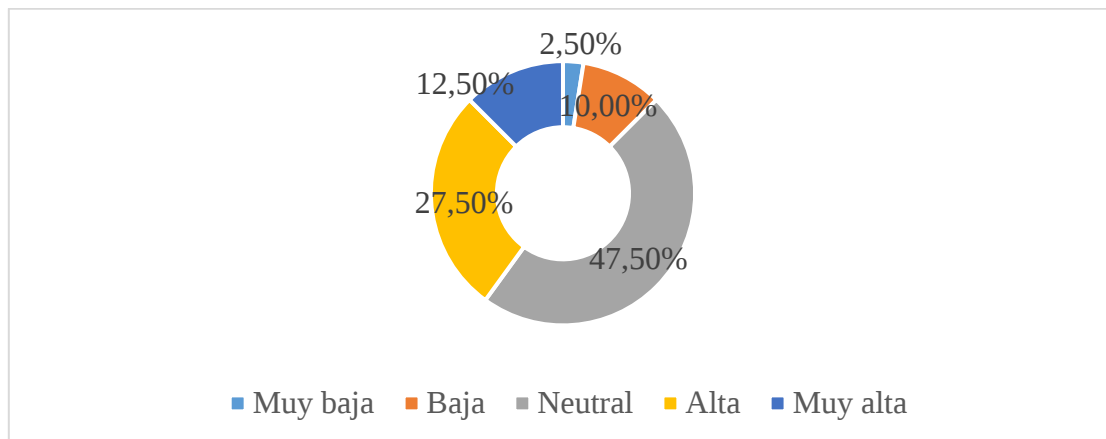
minoría de usuarios expresan niveles bajos de satisfacción con la velocidad de conexión.

Los resultados muestran que, en general, existe una tendencia hacia la satisfacción con la velocidad de conexión entre los usuarios de Internet en Ecuador. Sin embargo, es importante tener en cuenta que aún existe una proporción significativa de usuarios que expresan niveles de insatisfacción, aunque estas cifras son menores en comparación con aquellos que

reportan estar satisfechos. Esto sugiere que, si bien la mayoría de los usuarios están contentos con la velocidad de conexión proporcionada por sus proveedores de Internet, aún hay margen para mejoras en el servicio para satisfacer completamente las necesidades y

expectativas de todos los usuarios. Las empresas proveedoras podrían utilizar estos resultados para identificar áreas de oportunidad y realizar mejoras en sus servicios, lo que podría resultar en una mayor satisfacción del cliente y una mayor fidelidad a la marca.

Figura 2. Percepción de calidad general del servicio



Fuente: Andrade (2024)

La categoría con mayor frecuencia de respuestas es "Neutral", con un 47.50%. Esto indica que casi la mitad de los encuestados tienen una percepción neutral sobre la calidad general del servicio. Además, se observa que un 27.50% de los encuestados perciben la calidad del servicio como "Alta" y un 12.50% como "Muy alta". Por otro lado, un porcentaje menor de usuarios reportan percepciones negativas, con un 10.00% indicando que la calidad es "Baja" y un 2.50% como "Muy baja".

Los resultados muestran una diversidad de opiniones entre los usuarios encuestados sobre la calidad general del servicio de Internet. Aunque una proporción significativa de usuarios tiene una percepción neutral, también hay una cantidad considerable que percibe la calidad como alta o muy alta. Sin embargo, es importante destacar que hay una minoría que percibe la calidad como baja o muy baja, lo que indica la presencia de áreas de mejora para las empresas proveedoras de Internet. Estas empresas podrían beneficiarse al



prestar atención a las preocupaciones de los usuarios insatisfechos y trabajar para mejorar la calidad de su servicio, lo que podría conducir a una mayor satisfacción del cliente y una mejora en su reputación en el mercado.

De acuerdo con estos hallazgos de la investigación, se puede proponer las siguientes recomendaciones para mejorar la calidad de los servicios de Internet en Ecuador y fortalecer la satisfacción del cliente y la competitividad de las empresas en este sector:

Mejorar la estabilidad y fiabilidad de la conexión: Las empresas proveedoras de Internet deben invertir en mejorar la infraestructura de red y adoptar tecnologías más avanzadas para garantizar una conexión más estable y confiable.

Reducir el tiempo de resolución de problemas: Es fundamental que las empresas proveedoras de Internet mejoren la eficiencia en la resolución de problemas técnicos. Esto puede lograrse mediante la optimización de los procesos internos de atención al cliente, la capacitación del personal técnico y la implementación de sistemas de

seguimiento de tickets para garantizar una respuesta rápida y efectiva a las consultas y problemas de los usuarios.

Mejorar la transparencia y comunicación: Las empresas deben proporcionar información clara y transparente sobre los tiempos de resolución de problemas, los niveles de servicio y las actualizaciones de estado de la red. Esto ayudará a generar confianza entre los usuarios y demostrará un compromiso con la mejora continua de la calidad del servicio.

Incentivar la retroalimentación y la participación de los usuarios: Las empresas proveedoras de Internet deben fomentar la retroalimentación de los usuarios a través de encuestas periódicas, buzones de sugerencias y plataformas de atención al cliente. Esta retroalimentación puede proporcionar información valiosa sobre las necesidades y expectativas de los usuarios, permitiendo a las empresas identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas de manera oportuna.

Promover la competencia y la innovación: Es importante fomentar un entorno competitivo en el sector de servicios de Internet en Ecuador para impulsar la innovación y mejorar la calidad del servicio. Las autoridades regulatorias pueden promover la competencia mediante la implementación de políticas que fomenten la entrada de nuevos proveedores al mercado y la adopción de medidas para evitar prácticas anticompetitivas.

Al implementar estas recomendaciones, las empresas proveedoras de Internet en Ecuador pueden mejorar la calidad de sus servicios, aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer su competitividad en el mercado, lo que beneficiará tanto a los usuarios como al sector en su conjunto.

4. Conclusiones

CNT exhibe la mayor cobertura nacional, incluyendo tanto zonas rurales como urbanas. Sin embargo, la velocidad puede variar según las regiones, con áreas rurales experimentando velocidades más bajas. Aunque los precios son competitivos, pueden surgir

problemas de estabilidad en zonas rurales y durante las horas de mayor uso, lo que afecta la satisfacción del cliente. Netlife ofrece planes de velocidad competitiva, incluso en áreas rurales, con buenas opciones de servicio al cliente. Sin embargo, pueden ocurrir problemas de estabilidad en regiones rurales. TV Cable se destaca por su estabilidad de conexión, pero tiene precios relativamente más altos en comparación con otros proveedores.

Claro cuenta con la mayor cobertura nacional, mientras que Movistar ofrece velocidades competitivas. Sin embargo, ambas pueden enfrentar problemas de estabilidad, especialmente en áreas rurales y durante las horas pico. CNT brinda amplia cobertura, pero con velocidades limitadas en comparación con sus competidores.

En general, existe una brecha digital entre zonas rurales y urbanas, con regiones rurales experimentando un servicio de menor calidad y menor acceso. Los principales desafíos en el sector incluyen la inversión en infraestructura, la competencia, la regulación y la satisfacción del cliente. Las recomendaciones para mejorar la calidad del servicio y la



satisfacción del cliente incluyen mejorar la estabilidad de la conexión, reducir el tiempo de resolución de problemas, mejorar la transparencia y la comunicación, fomentar la retroalimentación de los usuarios y promover la competencia y la innovación.

Es evidente que, si bien la mayoría de los usuarios expresan satisfacción con la velocidad de internet, aún hay margen de mejora para satisfacer completamente las necesidades y expectativas del usuario. La prevalencia de percepciones neutrales subraya la importancia de abordar áreas de mejora, especialmente para aquellos que perciben la calidad del servicio de manera negativa. Al implementar las estrategias recomendadas, los proveedores de internet en Ecuador pueden mejorar la calidad del servicio, aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer su competitividad, beneficiando tanto a los usuarios como al sector en su conjunto.

En conclusión, este estudio subraya la necesidad de una mejora continua en la provisión de servicios de internet en Ecuador, destacando la importancia de abordar la infraestructura, la competencia y la

satisfacción del cliente. Investigaciones futuras podrían profundizar en las necesidades y preferencias específicas de los usuarios, explorando tecnologías emergentes y marcos regulatorios para mejorar aún más el panorama de internet en el país.

Bibliografía

- Barrantes, F. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio que influyen en la reputación corporativa de las empresas courier en Lima. [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Universidad San Ignacio de Loyola: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2651/2/2017_Caicay_Dimensiones_de_la_calidad_de_servicio.pdf
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos de la calidad de servicio el modelo SERVQUAL. *Revista Empresarial*, 13(2), 1- 15. https://www.researchgate.net/publication/340903187_Fundamentos_de_calidad_de_servicio_el_modelo_Servqual
- Cruz, I. (2018). Importancia de la calidad del servicio al cliente. [Tesis de grado, Instituto Tecnológico de Sonora] Repositorio ITSON:

- <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- García, A., López, M., & Pérez, J. (2020). Calidad de servicio de internet. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(54), 197-211.
- Garcés, Y. (2018). Plan de mejoramiento para el servicio al cliente área de operaciones en Coproseguros agencia de seguros Ltda. [Tesis de grado, Tecnológico de Antioquia]. Repositorio Tecnológico de Antioquia:
<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/373/PLAN%20DE%20MEJORAMIENTO%20PARA%20EL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20AREA%20DE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guevara, Castro, & Verdesoto. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la Investigación*, 4(3), 163-174.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- González, F., Cabrera, C., & Piguave, L. (2017). Servicio al cliente en el Ecuador. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 1(5), 559-577.
doi:10.26820/recimundo/1.5.2017.559-577
- Hernández, R. (2015). Metodología de la investigación (Sexto ed.). México: McGrawhill Education.
- Kim, J., Lee, H., & Kim, J. (2019). A study on the impact of service quality of internet service providers on customer satisfaction and loyalty: Focusing on service reliability and responsiveness. *The Journal of the Korea Contents Association*, 19(5), 363-376.
- López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. [Tesis de grado, Universsidad Católica Santiago de Guayaquil]. Repositorio Universsidad Católica Santiago de Guayaquil:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Oliver, R. L. (2014). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. Routledge.
- Pincay, Y. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539747>
- Ramírez, A. (2018). Metodología de la investigación científica.



[Tesis de postgrado, Pontificia
Universida Javeriana].
Repositorio Pontificia
Universida Javeriana:
<https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/1.pdf>

Smith, A. K., Khan, Z., & Mubarik, S. (2018). Impact of internet service quality dimensions on customer satisfaction and loyalty in Pakistan. *Future Business Journal*, 4(2), 216-225

Solórzano, G., & Nereida, J. (2018). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. [Tesis de postgrado, Instituto Tecnológico de Sonora]. Repositorio ITSON: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>