

Análisis de la satisfacción de los estudiantes con la calidad del proceso de pago online en la Universidad Bolivariana del Ecuador.

Analysis of student satisfaction with the quality of the online payment process at the Bolivarian University of Ecuador.

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Fecha de recepción: 3 de abril de 2024

Fecha de aceptación: 8 de mayo de 2024

¹ Ing. Claudett Villalba Daniela Estefany
Universidad Bolivariana del Ecuador
declaudestv_a@ube.edu.ec

² Ing. Claudett Villalba Anthony Josue
Universidad Bolivariana del Ecuador
ajclaudestv@ube.edu.ec

³ Dra. Yaimara Peñate Santana
Universidad de Guayaquil
yaimara.penates@ug.edu.ec

⁴ Msc. Alejandro Reigosa Lara
Universidad Bolivariana del Ecuador
areigosal@ube.edu.ec

Ing. Claudett Villalba Daniela Estefany ¹; Ing. Claudett Villalba Anthony Josue²; Dra. Yaimara Peñate Santana³; Msc. Alejandro Reigosa Lara⁴

Resumen

La calidad de los servicios digitales que prestan las universidades es un factor que incide directamente en el nivel de satisfacción de los clientes, especialmente de los estudiantes que son su razón de ser. Es por ello que el propósito del presente estudio fue evaluar la satisfacción de los estudiantes con la plataforma de pagos del Sistema de Gestión Integrado (SGA) de la Universidad Bolivariana del Ecuador. Se empleó un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y diseño no experimental; utilizando un cuestionario, elaborado a partir de los modelos SERVPERF y E-S-QUAL, que fue aplicado a una muestra de 374 estudiantes. Los resultados muestran un nivel de satisfacción alto, aunque se detectaron oportunidades de mejora en cuanto a la estabilidad del sistema de pago, el nivel de asistencia del personal administrativo cuando se presentan inconsistencias, la preocupación de que se comparta información de pagos en línea en otros sitios y la atención personalizada en los trámites online. Este estudio contribuye a comprender la experiencia del usuario y mejorar los servicios digitales en la educación superior.

Palabras claves: satisfacción del cliente, calidad del servicio, Servperf, plataformas de pago online, universidades.

ABSTRACT

The quality of the digital services provided by universities is a factor that directly affects the level of customer satisfaction, especially students who are their reason for existing. That is why the purpose of this study was to evaluate student satisfaction with the payment platform of the Integrated Management System (SGA) of the Bolivarian University of Ecuador. A quantitative approach was used, with a descriptive scope and non-experimental design; through a questionnaire, prepared from the SERVPERF and E-S-QUAL models, which was applied to a sample of 374 students. The results show a high level of satisfaction, although opportunities for improvement were detected in terms of the stability of the payment system, the level of assistance from administrative staff when inconsistencies arise, the concern that online payment information is shared elsewhere sites and personalized attention. in online procedures. This study contributes to understanding user experience and improving digital services in higher education.

Keywords: customer satisfaction, service quality, Servperf, online payment platforms, universities.



I. INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio ofrecido en cualquier ámbito es crucial al momento de decidir dónde solicitar dicho servicio. Los usuarios evalúan si sus expectativas han sido cumplidas y toman decisiones en función de su experiencia (Miranda, 2019). Esta consideración adquiere una importancia crucial, dado que los clientes tienen la capacidad de comparar su experiencia al obtener un producto o servicio, tanto en entornos convencionales como a través de plataformas digitales (Pino-Vera & Medina-Giacomozzi, 2018).

Aunque ambos medios satisfacen una necesidad, la elección entre el método tradicional y la plataforma digital está influenciada por la calidad del servicio experimentado en la plataforma digital y su capacidad para satisfacer al usuario (Adamopoulou & Moussiades, 2020) (Gutierrez, y otros, 2023).

En la educación superior, la calidad implica una búsqueda hacia la excelencia, relacionándose con la consecución de los estándares más elevados en términos de exigencia, dificultad y complejidad (Gómez Vahos, Muñoz, & Londoño-Vásquez, 2019). Es por ello, que: “resulta un concepto pluridimensional, que abarca todos los procesos universitarios y debe ser el eje central de su accionar para lograr la satisfacción de todas las partes interesada” (Orozco Inca, Jaya Escobar, Ramos Azcuy, & Guerra Bretaña, 2020).

Al respecto, (Calle-Álvarez, 2019), resalta la importancia de la satisfacción estudiantil en la evaluación de los proce-

sos de soporte en la educación. Cuando los estudiantes están satisfechos con los servicios asociados a los procesos de apoyo, como la asesoría académica, el funcionamiento de las plataformas tecnológicas para llevar a cabo los procedimientos académicos y de pago, así como los servicios estudiantiles, es más probable que tengan una experiencia educativa favorable.

Una alta satisfacción estudiantil no solo indica el cumplimiento de objetivos, sino que también contribuye a la retención estudiantil y mejora la imagen institucional, atrayendo a futuros estudiantes (Romero-Ocas, 2021). Es por ello que, evaluar y mejorar continuamente los procesos de soporte universitario basados en la satisfacción estudiantil es esencial para garantizar la confiabilidad de los estudiantes y promover la mejora continua en la calidad educativa.

En esta línea, el uso de sistemas de pago virtual en las universidades está experimentando un crecimiento significativo en el ámbito del comercio electrónico (Garcés-Giraldo, Bermeo-Giraldo, Valencia-Arias, & Benjumea-Arias, 2022), como estrategia para mejorar la eficiencia y eficacia de sus procesos.

Para ello, es necesario comprender cómo operan los nuevos canales de comercialización, identificar el perfil del consumidor adecuado para este tipo de servicio y analizar el comportamiento de las transacciones digitales. Según lo planteado por (Rodríguez, Ortiz, Quiroz, & Parrales, 2020), los canales digitales no compiten con los tradicionales; más bien,

se consideran un complemento y una estrategia digital para fortalecer las ventas tradicionales.

La Universidad Bolivariana del Ecuador (UBE), es una de las instituciones privadas, que ha desarrollado capacidades como la innovación, la adaptabilidad y la personalización para insertarse en la era digital; siendo un ejemplo de ello, el uso de plataformas virtuales para ampliar las opciones de pagos de servicios a los estudiantes. Es por ello que, tomando en consideración la relevancia que tiene la mejora continua de la calidad en los procesos universitarios (Gómez Vahos, Muñoz, & Londoño-Vásquez, 2019); (Orozco Inca, Jaya Escobar, Ramos Azcuy, & Guerra Bretaña, 2020); entre otros; y la importancia de conocer el nivel de satisfacción de los usuarios para orientar las propuestas de mejora (Pino-Vera & Medina-Giacomozzi, 2018); (Calle-Álvarez, 2019); (Romero-Ocas, 2021), entre otros), el presente estudio tuvo como propósito evaluar el nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de pago online mediante el Sistema de Gestión Académica (SGA) en la UBE.

II. METODOLOGÍA

El estudio se realizó bajo un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, empleando un diseño no experimental transversal. La población estuvo conformada por un total de 13.881 estudiantes que usaron la plataforma virtual de pagos, en el periodo semestral de enero – septiembre año lectivo 2023.

Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple para seleccionar los 374 estudiantes que formaron parte de la

muestra. Para medir la satisfacción de los estudiantes con la calidad del servicio de pagos online, se diseñó un cuestionario tomando como referencia los modelos SERVPERF (Cronin Jr & Taylor, 1994) y el E-S-QUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005). El primero se centra en evaluar la calidad del servicio, a partir de la percepción de los clientes, mientras que el segundo, fue desarrollado específicamente para evaluar plataformas virtuales.

El cuestionario estuvo conformado por 24 ítems distribuidos en 5 dimensiones: eficiencia y disponibilidad del sistema (6 ítems), fiabilidad (4 ítems), capacidad de respuesta (5 ítems), seguridad (5 ítems) y empatía (4 ítems). Para su validación se utilizó el coeficiente alfa de cronbach, obteniendo un valor de 0.86. Al ser mayor a 0.7 se comprobó la fiabilidad del mismo.

III. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En cuanto al perfil de los estudiantes que participaron en la encuesta, los resultados revelan que la mayoría pertenecen a la modalidad de posgrado (78.88 %), quienes muestran una fuerte preferencia por la modalidad virtual (98.93 %). Los pagos con tarjeta online (32.35 %) y las transferencias bancarias (37.43 %) son los métodos más utilizados, y la frecuencia de uso de la plataforma es alta; considerando que la mayoría de los encuestados realizan pagos muy frecuentemente (45.99 %) y frecuentemente (44.65 %). Estos hallazgos resaltan la importancia de la plataforma como herramienta integral para las transacciones financieras relacionadas con la educación universitaria en la UBE.

Ing. Claudett Villalba Daniela Estefany¹; Ing. Claudett Villalba Anthony Josue²; Dra. Yaimara Peñate Santana³; Msc. Alejandro Reigosa Lara⁴

Asociado a la evaluación de las dimensiones de la calidad del servicio, en el Gráfico 1 se visualiza que la fiabilidad fue la dimensión con la valoración más alta (4,20) y la eficiencia y disponibilidad del sistema obtuvo la valoración más baja (3,91). En las demás dimensiones la valoración aproximadamente fue de 4. Estos resultados resaltan la necesidad de prestar atención a estos aspectos con el fin de mejorar los niveles de calidad percibida por los usuarios.

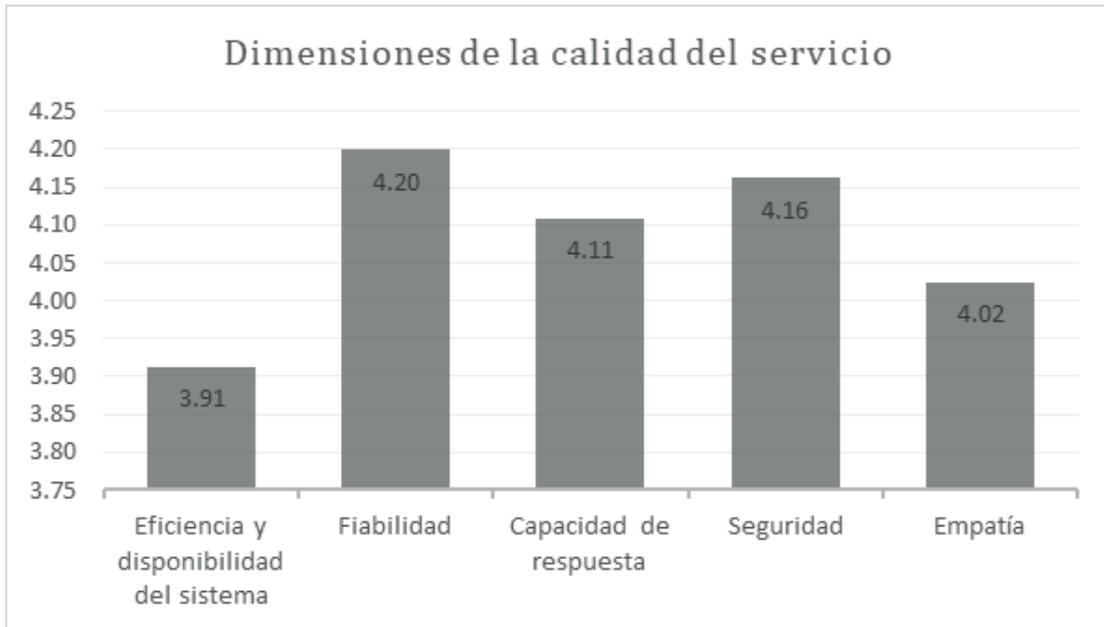


Gráfico 1. Evaluación de las dimensiones de la calidad del servicio. Fuente: Elaboración Propia
 Nota: La información presentada corresponde a la media de las observaciones realizadas.

En cuanto a la percepción estudiantil asociado a la dimensión eficiencia y disponibilidad de la plataforma para realizar los pagos a través del SGA, se observó que el diseño y la usabilidad y la organización fueron los aspectos mejor valorados por los estudiantes con una media de 4,29 y 4,16 respectivamente (Tabla 1). Mientras que, la estabilidad de la página en los trámites de pago fue una preocupación evidente, con una media de 2,51.

Dimensión	Indicadores	Válido	Media	Desviación estándar	<	>
Eficiencia y disponibilidad del sistema	La plataforma tiene un diseño atractivo y profesional.	374	4,20	1,03	1	5
	La plataforma es fácil de usar y navegar.	374	4,29	1,00	1	5
	La plataforma es accesible desde diferentes dispositivos.	374	4,17	1,08	1	5
	La página del SGA se bloquea o se queda congelada mientras realizo el trámite de pago.	374	2,51	1,55	1	5
	Se puede acceder a la página del SGA rápidamente.	374	4,15	1,10	1	5
	La información para realizar el pago a través del SGA está bien organizada.	374	4,16	1,08	1	5
Total		374	3,91	1,14	1	5

Tabla 1. Eficiencia y disponibilidad del sistema.

En cuanto a la fiabilidad (Tabla 2), los resultados revelan un alto nivel de satisfacción, con valoraciones promedio entre 4,12 y 4,28 en diversas áreas, incluyendo seguridad de datos y puntualidad en trámites. Esto refleja confianza y respaldo hacia el sistema, con una media general de fiabilidad de 4,20, indicando una percepción globalmente positiva.

Dimensión	Indicadores	Válido	Media	Desviación estándar	<	>
Fiabilidad	La plataforma es segura y protege sus datos personales y financieros.	374	4,24	1,07	1	5
	La respuesta a su trámite la recibe en el tiempo establecido.	374	4,12	1,12	1	5
	Está satisfecho con el acompañamiento recibido durante el proceso de pago.	374	4,16	1,12	1	5
	El procesamiento de pago se ajusta a la cuota correspondiente al trámite solicitado.	374	4,28	1,07	1	5
Total		374	4,20	1,10	1	5

Tabla 2. Fiabilidad.

Los resultados muestran una buena capacidad de respuesta del SGA con validación oportuna de pagos y métodos de pago valorados por encima de 4,2 puntos. Aunque la asistencia del personal obtiene una puntuación más baja de 3,97, la media de 4,11 (Tabla 3) indica una percepción generalmente positiva sobre la capacidad de respuesta del sistema.

Dimensión	Indicadores	Válido	Media	Desviación estándar	<	>
Capacidad de respuesta	Recibe la validación de su pago de manera oportuna.	374	4,23	1,09	1	5
	En caso de presentar inconsistencia en su proceso de pago, recibe notificación de manera oportuna y clara.	374	4,01	1,17	1	5
	Se siente satisfecho con la rapidez con la que se resuelven sus consultas sobre pagos en la plataforma virtual.	374	4,11	1,17	1	5
	Cuando presenta inconsistencia en su proceso de pago, recibe ayuda oportuna y eficaz por parte del personal administrativo a través de diferentes vías (mail, personalmente, etc.).	374	3,97	1,23	1	5
	El SGA cuenta con diferentes medios para realizar pagos de forma rápida y segura.	374	4,22	1,01	1	5
Total		374	4,11	1,14	1	5

Tabla 3. Capacidad de respuesta

Examinando la seguridad del sistema revela que los usuarios se sienten seguros y confiados al usar el SGA para pagos, con una media total de seguridad de 4,16 (Tabla 4). La mayor preocupación, con una media de 3,99, está relacionada con compartir información de pagos en línea con otros sitios, indicando una oportunidad de mejora en la privacidad de los datos.

Dimensión	Indicadores	Válido	Media	Desviación estándar	<	>
Seguridad	Se siente seguro al proporcionar su información financiera para realizar pagos a través del SGA.	374	4,21	1,10	1	5
	La atención recibida a través del SGA sobre el pago online genera credibilidad y confianza.	374	4,23	1,17	1	5
	Se siente cómodo/a proporcionando información financiera a través de la asesoría personalizada.	374	4,16	1,17	1	5
	La información proporcionada a través del pago online se comparte con otros sitios.	374	3,99	1,52	1	5
	El personal de tesorería muestra dominio de la información suministrada con relación a los pagos en línea.	374	4,23	1,12	1	5
Total		374	4,16	1,22	1	5

Tabla 4. Seguridad

Ing. Claudett Villalba Daniela Estefany ¹; Ing. Claudett Villalba Anthony Josue²; Dra. Yaimara Peñate Santana³ ;
 Msc. Alejandro Reigosa Lara⁴

Los datos de dimensión de la empatía (Tabla 5), revelaron que los usuarios del SGA encuestados tienen una percepción generalmente buena, con una media de 4,02. El aspecto más destacado es la conveniencia de los horarios de atención, valorado en 4,19. El área con menor puntuación es la atención personalizada en los trámites online, con una media de 3,87, indicando una oportunidad de mejora en personalización del servicio.

Dimensión	Indicadores	Válido	Media	Desviación estándar	<	>
Empatía	Recibe atención personalizada cuando realiza trámites de pagos online.	374	3,87	1,06	1	5
	Los horarios de atención a los estudiantes son convenientes y se ajustan a sus necesidades.	374	4,19	1,14	1	5
	El personal comprende sus necesidades y lo guía durante el proceso de pago online.	374	4,03	1,16	1	5
	El personal siempre está dispuesto a atenderlo el tiempo que sea necesario durante su trámite.	374	4,01	1,53	1	5
Total		374	4,02	1,22	1	5

Tabla 5. Empatía.

En cuanto al nivel de satisfacción global con la calidad del proceso de pago online (Gráfico 2), se obtuvo que aproximadamente el 74% de los participantes se encuentran satisfechos (42,25% muy satisfechos y 32,35 % satisfechos). Mientras que el 16% se muestra insatisfecho. Esto demuestra que si bien, a modo general, el nivel de satisfacción es alto, existen brechas para la mejora.

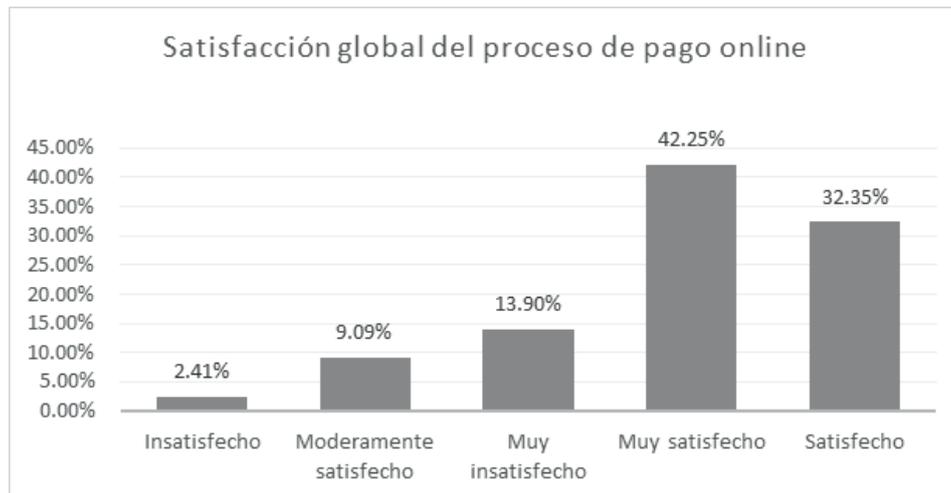


Gráfico 2. Nivel de satisfacción global con la calidad del proceso de pago online. Fuente: Elaboración Propia
 Nota: La información presentada corresponde a la media de las observaciones realizadas.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En esta investigación, se determinó que los usuarios consideran satisfactoria la calidad general de los servicios recibidos, aunque solo cuatro de las cinco dimensiones evaluadas (Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía) alcanzaron niveles aceptables de acuerdo a la percepción de los estudiantes. Los resultados coinciden con los de (Pérez, 2017), destacando la importancia de la seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad en la percepción de calidad del servicio. Se observó que una dimensión específica necesita atención especial para mejorar la eficiencia y disponibilidad del sistema, lo cual concuerda con lo reportado por (Leyton-Johns, Castillo, & Díaz, 2020).

Aunque varios estudios han mostrado consistencia en la evaluación general de la calidad del servicio, se observan variaciones en la evaluación de sus componentes. Los hallazgos de (Patrón-Cortés, 2021) también encontraron una calidad aceptable en los servicios evaluados, aunque registraron calificaciones más bajas en aspectos como empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y servicio general, a diferencia de este estudio que identificó calificaciones inferiores únicamente en la eficiencia y disponibilidad del sistema.

Sobre la base de estos resultados, se realizó una propuesta de plan de mejora focalizado en tres áreas críticas: la asistencia del personal administrativo cuando se presentan inconsistencias, la preocupa-

ción de que se comparta información de pagos en línea en otros sitios y atención personalizada en los trámites online.

Al respecto, se propuso implementar un programa de formación, dirigido al personal administrativo para mejorar la atención a los usuarios y brindar un soporte más efectivo a los mismos. La propuesta se encuentra estructurada en cuatro etapas (Diagnóstico, Training y Evaluación) y está basada en los aportes de varios autores (Barreto López & González, 2021); (Chaname Quevedo, 2021). Como parte de los temas a incluir en la etapa de Training se sugirieron, la atención al usuario, valores, clima organizacional, importancia de la calidad, entre otros, con el fin de crear una cultura de calidad en ellos.

Además, para fortalecer la seguridad de la plataforma en cuanto a la protección de los datos, se propuso la implementación de protocolos avanzados de encriptación y auditorías regulares, que garanticen proteger la información de los usuarios. Adicionalmente, se propusieron varias estrategias de marketing BTL para comunicar esta información a los estudiantes y aumentar su confianza en el sistema de pagos online, (Regatto, 2015) (Rivero, Peñate, & Martínez, 2016) (Danko, Dahabreh, Ivers, Moher, & Grimshaw, 2019). Como parte de estas, se propuso la publicación de post en las redes sociales de la UBE, el uso del email marketing y la promoción a través de eventos que se realicen en la Universidad.

Por último, para garantizar una atención directa al estudiante respecto a los

trámites online, se propusieron dos estrategias. En primer lugar, la implementación de herramientas de inteligencia artificial como el chatbot, que permita responder consultas de los estudiantes, mejorando con el tiempo su capacidad de respuesta a partir del comportamiento de los usuarios (Adamopoulou & Moussiades, 2020) (Rocha, Toledo, Guamán, & Barba-Guamán, 2020) (Patel, Parikh, Patel, & Patel, 2019) (Choque-Diaz, Armas-Aguirre, & Shiguihara-Juarez, 2018). Adicionalmente, se propuso implementar canales de comunicación directa entre el tutor con el departamento de tesorería para brindar apoyo al estudiante ante cualquier inquietud o problema que pueda enfrentar con el proceso de su pago en el SGA; tomando en consideración que el personal de tesorería es escaso y en ocasiones se le dificulta atender las dudas de los estudiantes de forma personalizada de forma oportuna. Estas acciones, de manera sinérgica, no solo optimizarán la satisfacción de los usuarios, sino que también fortalecerán la reputación institucional y la confianza en la plataforma de pagos en línea de la universidad

IV. CONCLUSIONES

En este estudio se ha investigado la satisfacción estudiantil respecto a la plataforma de pagos SGA de la Universidad Bolivariana del Ecuador, reconociendo la importancia de la calidad del servicio digital en el ámbito educativo. Mediante el análisis, se evaluaron todos los aspectos de la plataforma, tanto sus puntos fuertes como las áreas que requieren mejoras. Los resultados obtenidos ofrecen una comprensión completa de la experiencia del

usuario con el servicio de pago en línea del sistema SGA, revelando diversas respuestas y percepciones. Aunque muchos usuarios expresaron altos niveles de satisfacción, también se identificaron preocupaciones y oportunidades de mejora. Es esencial que la universidad tome en consideración estos hallazgos y se comprometa a la aplicación de las propuestas de mejoras realizadas, garantizando así una experiencia más positiva y satisfactoria para todos los usuarios de la plataforma SGA. El desarrollo del estudio no estuvo exento de algunas limitaciones que deben ser tomadas en cuenta.

En primer lugar, el enfoque utilizado solo tuvo un carácter cuantitativo, lo que no permitió profundizar en las causas que afectan el nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de pago online; por lo que se sugiere que investigaciones futuras amplíen el alcance del estudio con técnicas de la investigación cualitativa. En segundo lugar, la población del estudio solo estuvo integrada por estudiantes, es decir los clientes del proceso, lo que indica que los resultados se obtuvieron con información de solo uno de los actores. En este sentido, sería conveniente que futuras investigaciones tomaran en cuenta para el análisis, la percepción de los administrativos que intervienen en el proceso y los tutores, que son el enlace de los estudiantes con la institución.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adamopoulou, E., & Moussiades. (2020). Chatbots: History, technology, and applications. *Machine Learning with applications*, 2, 18. Recuperado el Enero de 2024, de sciencedirect.com: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666827020300062>

Barreto López, L., & González, C. (2021). Evaluación de la satisfacción del cliente en tramites académicos y administrativos en el programa de Ingeniería Ambiental de la Universidad de Córdoba a través del método servperf. Obtenido de <https://repositorio.unicordoba.edu.co/home:chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/>

Calle-Álvarez, G. Y. (2019). Estrategias de implementación de un centro de escritura digital en la educación media. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 11(21), 311-336. doi:<https://doi.org/10.22430/21457778.1297>

Chaname Quevedo, O. G. (2021). Endomarketing para el compromiso organizacional del personal administrativo de una universidad privada en la ciudad de Chiclayo. Lima: Universidad César Vallejo.

Choque-Díaz, M., Armas-Aguirre, J., & Shiguihara-Juarez, P. (2018). Cognitive technology model to enhanced academic support services with chatbots. *Proceedings of the 2018 IEEE 25th International Conference on Electronics, Electrical Engineering and Computing, INTERCON 2018*. (págs. 1-4). Lima: IEEE Publication. Obtenido de <https://doi.org/10.1109/INTERCON.2018.8526411>

Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of marketing*, 58(1), 125-131.

Danko, K., Dahabreh, I., Ivers, N., Moher, D., & Grimshaw, J. (2019). Contacting authors by telephone increased response proportions compared with emailing: results of a randomized study. *Journal of Clinical Epidemiology*, 1(115), 150-159.

Garcés-Giraldo, L. F., Bermeo-Giraldo, C., Valencia-Arias, A., & Benjumea-Arias, M. L. (2022). Factores determinantes en la decisión de compra a través de medios virtuales en millennials. *Información tecnológica*, 71-80.

Gómez Vahos, L. E., Muñoz, L. E., & Londoño-Vásquez, D. A. (2019). Prácticas evaluativas en la escuela. Una ruta pedagógica hacia la construcción de aprendizajes significativos. *Aletheia. Revista de Desarrollo Humano, Educativo y Social Contemporáneo*, 11(1), 37-68.

Gutierrez, J. D., Coa, K. N., Mamani, J. R., Villegas, M. O., Aymaya, J. M., Irahola, A. P., & Gutierrez, M. F. (2023). Análisis del Comportamiento de las Personas Hacia el Uso de la

Banca Digital: Desarrollo de un Modelo Predictivo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 3568-3589.

Leyton-Johns, L., Castillo, R. A., & Díaz, J. L. (2020). Aplicación de escalas Es-qual y E-rec-qual para evaluar la calidad del servicio del E-tail Amazon en Chile. *Revista de Investigación Aplicada en Ciencias Empresariales*, 49-83.

Miranda, M. F. (2019). Autoevaluación de la calidad del servicio: Una experiencia significativa en el Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 604-627.

Orozco Inca, E. E., Jaya Escobar, A. I., Ramos Azcuy, F. J., & Guerra Breña, R. M. (2020). Retos a la gestión de la calidad en las instituciones de educación superior en Ecuador. *Educación Médica Superior*, 34(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21412020000200019&script=sci_arttext

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 213-233.

Patel, N., Parikh, D., Patel, D., & Patel, R. (2019). AI and Web-Based Human-Like Interactive University Chatbot (UNIBOT). *Proceedings of the Third International Conference on Electronics, Communication and Aerospace Technology (ICECA 2019)*. India: IEEE Publication.

Patrón-Cortés, R. M. (2021). Calidad y satisfacción de los servicios escolares de una institución de educación superior mexicana: la visión de los estudiantes. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. RIDE, 12(22). doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.870>

Pérez, F. L. (2017). Aplicación del modelo SERVPERF para la medición de la percepción sobre la calidad del servicio de la educación superior. *Eco matemático*, 43-50.

Pino-Vera, M. D., & Medina-Giacomozzi, A. (2018). Percepciones y expectativas del usuario respecto a la calidad del servicio en un Hospital de Chile. *Revista Médica de Rissardal*, 102-107.

Regatto, J. (2015). La planificación y su utilidad en los medios publicitarios y en el neuromarketing. *Revista Ciencia UNEMI*, 8(13), 112-121.

*Ing. Claudett Villalba Daniela Estefany*¹; *Ing. Claudett Villalba Anthony Josue*²; *Dra. Yaimara Peñate Santana*³ ;
*Msc. Alejandro Reigosa Lara*⁴

Rivero, J., Peñate, Y., & Martínez, P. (2016). Proposal of data processing platform for direct marketing data. *Revista Universidad y Sociedad*, 18(2), 65-71.

Rocha, A., Toledo, A., Guamán, F., & Barba-Guamán, L. (2020). Uso de chatbots para atención al usuario en instituciones de educación superior. 15th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). Sevilla España.

Rodriguez, K., Ortiz, O., Quiroz, A., & Parrales, M. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Revista espacios*, 100-118.

Romero-Ocas, S. (2021). Satisfacción estudiantil en las maestrías de educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Investigación Valdizana*, 15(1), 7-16.