

SATISFACCIÓN ESTUDIANTEL: MÁS ALLÁ DE UN NÚMERO EN LOS RESULTADOS DEL NPS

ALBERTO BEJARANO-HEREDIA

Rectorado, Universidad Privada Norbert Wiener, Lima, Perú
alberto.bejarano@uwiener.edu.pe | <https://orcid.org/0000-0003-3016-6506>

JEAN PAUL SIMON CASTILLO-NUÑEZ

Vicerrectorado de Investigación, Universidad Privada Norbert Wiener, Lima, Perú
jean.castillo@uwiener.edu.pe | <https://orcid.org/0000-0001-6052-5472>

RESUMEN

La satisfacción del estudiante es clave para el bienestar y prestigio institucional. Este estudio aplicó la metodología Net Promoter Score (NPS) para evaluar la satisfacción estudiantil en una Escuela de Negocios de una universidad peruana. Se utilizó un diseño no experimental de nivel descriptivo y un enfoque mixto, combinando el análisis cuantitativo del NPS con el análisis cualitativo en un estudio de caso. Se obtuvo un NPS de +35, con un 53% de promotores, 29% pasivos y 18% detractores. Los promotores valoraron principalmente el método de enseñanza, la calidad docente y la infraestructura; los pasivos destacaron la innovación académica y la experiencia integral; mientras que los detractores expresaron insatisfacción con aspectos administrativos. Se concluye que el NPS, complementado con un análisis de contenido, proporciona una visión más profunda y útil para la toma de decisiones institucionales orientadas a la mejora continua.

PALABRAS CLAVE

satisfacción del estudiante; net promoter score; educación superior.



SISYPHUS

JOURNAL OF EDUCATION

VOLUME 13, ISSUE 02,

2025, PP 168-182

DOI: <https://doi.org/10.25749/sis.41329>

CC BY-NC 4.0

SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES: OLHAR PARA ALÉM DOS NÚMEROS NOS RESULTADOS DO NPS

ALBERTO BEJARANO-HEREDIA

Rectorado, Universidad Privada Norbert Wiener, Lima, Peru
alberto.bejarano@uwiener.edu.pe | <https://orcid.org/0000-0003-3016-6506>

JEAN PAUL SIMON CASTILLO-NUÑEZ

Vicerrectorado de Investigación, Universidad Privada Norbert Wiener, Lima, Peru
jean.castillo@uwiener.edu.pe | <https://orcid.org/0000-0001-6052-5472>

RESUMO

A satisfação dos estudantes é fundamental para o bem-estar e o prestígio institucional. Este estudo aplicou a metodologia Net Promoter Score (NPS) para avaliar a satisfação dos estudantes em uma Escola de Negócios de uma universidade peruana. Foi utilizado um desenho não experimental, de nível descritivo, com abordagem mista, combinando a análise quantitativa do NPS com a análise qualitativa de conteúdo de um estudo de caso. Obteve-se um NPS de +35, com 53% de promotores, 29% de passivos e 18% de detratores. Os promotores valorizaram principalmente o método de ensino, a qualidade docente e a infraestrutura; os passivos destacaram a inovação acadêmica e a experiência integral dos estudantes; enquanto os detratores expressaram insatisfação com aspectos administrativos. Conclui-se que o NPS, complementado por uma análise de conteúdo, fornece uma visão mais profunda e útil para a tomada de decisões institucionais orientadas à melhoria contínua.

PALAVRAS-CHAVE

satisfação dos estudantes; net promoter score; ensino superior.



SISYPHUS

JOURNAL OF EDUCATION

VOLUME 13, ISSUE 02,

2025, PP 168-182

DOI: <https://doi.org/10.25749/sis.41329>

CC BY-NC 4.0

STUDENT SATISFACTION: GOING BEYOND A NUMBER IN NPS RESULTS

ALBERTO BEJARANO-HEREDIA

Rectorado, Universidad Privada Norbert Wiener, Lima, Peru
alberto.bejarano@uwiener.edu.pe | <https://orcid.org/0000-0003-3016-6506>

JEAN PAUL SIMON CASTILLO-NUÑEZ

Vicerrectorado de Investigación, Universidad Privada Norbert Wiener, Lima, Peru
jean.castillo@uwiener.edu.pe | <https://orcid.org/0000-0001-6052-5472>

ABSTRACT

Student satisfaction is key to institutional well-being and prestige. This study applied the Net Promoter Score (NPS) methodology to evaluate student satisfaction at a Business School in a Peruvian university. A non-experimental, descriptive-level design and a mixed-methods approach were used, combining quantitative NPS analysis with qualitative content analysis in a case study. An NPS of +35 was obtained, with 53% promoters, 29% passives, and 18% detractors. Promoters mainly valued the teaching method, faculty quality, and infrastructure; passives highlighted academic innovation and overall student experience, while detractors expressed dissatisfaction with administrative aspects. It is concluded that NPS, complemented by content analysis, provides a deeper and more useful perspective for institutional decision-making aimed at continuous improvement.

KEY WORDS

student satisfaction; net promoter score; higher education.



SISYPHUS

JOURNAL OF EDUCATION

VOLUME 13, ISSUE 02,

2025, PP 168-182

DOI: <https://doi.org/10.25749/sis.41329>

CC BY-NC 4.0

Satisfacción Estudiantil: Más allá de un Número en los Resultados del NPS

Alberto Bejarano-Heredia¹, Jean Paul Simon Castillo-Nuñez

INTRODUCCIÓN

Las universidades enfrentan hoy el desafío de ofrecer experiencias formativas que respondan no solo a estándares académicos, sino también a las expectativas cambiantes de sus estudiantes. En este contexto, herramientas como el Net Promoter Score (NPS), inicialmente creado para medir la lealtad del cliente (Reichheld, 1996), han empezado a aplicarse en el ámbito educativo como indicadores de satisfacción.

Su uso en educación superior genera interrogantes sobre su validez, dada la naturaleza intangible del servicio educativo (Kara et al., 2024) y la influencia de factores sociodemográficos y experiencias recientes en las respuestas (Pechter & Kuusik, 2024). Sin embargo, experiencias exitosas en sectores complejos, como el clínico, sugieren que puede aportar valor si se adapta con enfoque centrado en el usuario (Polansky et al., 2023).

Diversos estudios han demostrado que un entorno educativo estimulante mejora la satisfacción y el compromiso estudiantil, independientemente del perfil del estudiante (Agormedah, 2025). Por ello, contar con mecanismos que capten integralmente la percepción estudiantil es clave para orientar mejoras y alinear los servicios a sus expectativas reales.

El presente estudio analiza el uso del NPS como herramienta de gestión institucional en una universidad peruana, a través de un estudio de caso aplicado a estudiantes de Administración de Empresas. Aunque se desarrolla en un contexto local, sus hallazgos ofrecen aportes relevantes para instituciones educativas interesadas en modelos de evaluación centrados en la experiencia del estudiante.

TEORÍA

La satisfacción estudiantil en la educación superior se define como la percepción que los estudiantes tienen sobre el grado en que sus expectativas e intereses formativos han sido cumplidos. Esta percepción no se limita únicamente a la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula, laboratorio o taller, sino que también abarca la manera en que la universidad responde a sus expectativas respecto a una formación integral—esto es, saber, saber hacer, saber ser y saber convivir—ya sea de forma explícita o implícita (Kanwar & Sanjeeva, 2022). Román Gómez (2017) señala que esta satisfacción se relaciona con el alineamiento entre la calidad institucional y las expectativas del mercado laboral, mientras que Cadena-Badilla et al. (2015) sostienen que se trata de un constructo multidimensional vinculado con la experiencia educativa en su conjunto, incluyendo enseñanza, organización académica, servicios, infraestructura y vida universitaria.

Desde una perspectiva estructural, Frias et al. (2025) argumentan que la satisfacción está fuertemente influenciada por la calidad del entorno de aprendizaje, la relevancia del

¹ Av. Republica de Chile N° 388 Jesus Maria, Perú.



contenido y la metodología pedagógica, incluso por encima de la interacción directa con los docentes. Este enfoque destaca la importancia del diseño y la organización curricular como componentes fundamentales de la experiencia educativa. Asimismo, Zhong et al. (2025) consideran que cuando la satisfacción se concibe como un proceso continuo de mejora institucional y no como un resultado final, se convierte en una herramienta estratégica para fortalecer la reputación, atraer talento y asegurar sostenibilidad. Estas perspectivas refuerzan la necesidad de entender la satisfacción como un mecanismo dinámico, articulado a la gestión de calidad y fidelización en el sistema universitario.

La relación entre insatisfacción y abandono también ha sido ampliamente documentada. Paramo y Correa Maya (2012) y Viale Tudela (2014) señalan que la falta de satisfacción contribuye directamente al incremento de las tasas de deserción, lo que a su vez afecta la eficiencia global del sistema educativo. Formichela (2009) añade que mejorar la satisfacción puede ser un instrumento eficaz para superar barreras sociales, promoviendo el desarrollo académico y personal del estudiante. Kunanusorn y Puttawong (2015), por su parte, evidencian que existe una estrecha correlación entre satisfacción y lealtad estudiantil, siendo esta última un predictor clave de retención, reinscripción e inscripción en programas de posgrado.

Medir esta satisfacción, sin embargo, representa un reto metodológico. Noel-Levitz (2019) y Mejías y Martínez (2009) reconocen que las instituciones suelen utilizar modelos complejos que, en muchos casos, solo generan resultados numéricos de difícil interpretación y aplicación práctica. Ante esta limitación, surge el interés por adoptar herramientas ágiles y comprensibles, como el Net Promoter Score (NPS), que permiten captar de forma rápida la percepción estudiantil.

El NPS fue desarrollado originalmente por Bain and Company (2004), como un índice que mide la lealtad del cliente a través de una única pregunta sobre la probabilidad de recomendar un servicio, puntuada en una escala de 0 a 10. Esta respuesta permite clasificar a los usuarios como promotores, pasivos o detractores, y calcular un valor neto que refleja la disposición general hacia el servicio. Pechter y Kuusik (2024) destacan la simplicidad metodológica del NPS, que ha facilitado su difusión en múltiples sectores, aunque advierten que su eficacia depende de una correcta contextualización, ya que no todos los usuarios interpretan la escala de la misma manera.

Conforti Olivito (2019) resalta que entre las principales ventajas del NPS se encuentran su facilidad de aplicación, simplicidad en el procesamiento de datos y utilidad para el monitoreo continuo. En el ámbito educativo, el NPS ha sido adoptado por universidades de diversas regiones para evaluar la satisfacción de los estudiantes, tomando como referencia su eficacia en sectores como el *software*, la atención clínica y los servicios digitales.

En el contexto universitario, Kara y Zeren (2023) afirman que la intención de recomendar una institución está directamente relacionada con la experiencia formativa. Por ello, no solo se debe considerar la puntuación obtenida, sino también las respuestas abiertas que explican las razones detrás de la valoración. Mahdiannur et al. (2024) subrayan que el NPS, cuando se emplea con análisis cualitativos complementarios, permite identificar factores relevantes para la experiencia estudiantil, tales como el uso de recursos digitales, las simulaciones académicas, la interacción con el docente y el desarrollo de competencias clave.

De este modo, el NPS no solo aporta un indicador sintético de satisfacción, sino que también permite detectar brechas críticas en la experiencia educativa. Su implementación contribuye a la identificación oportuna de expectativas no satisfechas, lo cual es esencial para la formulación de estrategias de mejora continua. En un entorno caracterizado por la transformación tecnológica y la internacionalización de la educación superior, la aplicación contextualizada del NPS se perfila como una alternativa eficiente para alinear los servicios universitarios con las demandas reales de los estudiantes.

METODOLOGÍA

Se adoptó un diseño de investigación no experimental y de nivel descriptivo, estructurado como un estudio de caso institucional. Este abordaje permite examinar con profundidad una situación específica dentro de su contexto real, centrándose en la experiencia de los estudiantes de una escuela de negocios en Perú.

La técnica de recolección de datos utilizada en este estudio fue la encuesta, en concordancia con los objetivos cuantitativos y cualitativos de la investigación. Se empleó un cuestionario basado en el Net Promoter Score (NPS), cuya estructura está respaldada por el enfoque metodológico descrito por Suárez P. et al. (2022), lo que garantiza la coherencia entre el instrumento, la técnica empleada y el enfoque de análisis.

El instrumento fue un formulario diseñado mediante Google Forms, aprovechando que las comunicaciones entre la universidad y los estudiantes se realizan habitualmente a través de canales digitales institucionales. Para mantener el anonimato de los participantes y, al mismo tiempo, asegurar que cada estudiante completara la encuesta una única vez, se empleó una estrategia de autenticación mediante un código de acceso individual: este código fue generado por el sistema académico y enviado de forma automatizada al correo institucional de cada estudiante. Este procedimiento permitió el control de respuestas sin registrar datos personales o identificadores directos en el formulario, respetando así la confidencialidad y el anonimato de los encuestados.

La invitación a participar en la encuesta fue enviada por correo electrónico a todos los estudiantes de la Escuela de Negocios, junto con una breve explicación sobre la importancia del estudio y un enlace directo al formulario. La participación fue completamente voluntaria y no se hizo seguimiento posterior a quienes no respondieron.

El cuestionario constó de una pregunta cerrada, formulada según los estándares del NPS: “Basado en tu experiencia, en una escala del 0 al 10, ¿qué tan probable es que recomiendes la universidad a tu familia, amigos y compañeros de trabajo?”. Según la calificación otorgada, se activó automáticamente una pregunta abierta condicional que solicitaba justificación. Esta lógica adaptativa se estructuró del siguiente modo:

- Si el estudiante respondía entre 0 y 6 (Detractor): “¿En qué hemos fallado?”
- Si respondía entre 7 y 8 (Pasivo): “¿Qué podemos mejorar?”
- Si respondía entre 9 y 10 (Promotor): “¿Qué es lo que más valoras de la universidad?”

Este diseño mixto permitió recolectar datos cuantitativos y cualitativos de forma simultánea. La pregunta abierta fue fundamental para comprender las razones detrás de las valoraciones, alineándose con lo sugerido por Lee (2018), quien recomienda complementar el NPS con comentarios cualitativos para enriquecer el análisis. En el presente estudio, las respuestas abiertas fueron clasificadas temáticamente según categorías emergentes, lo que permitió interpretar patrones comunes en la experiencia estudiantil y generar insumos para el planteamiento de acciones de mejora.

La población total de la Escuela de Negocios al momento de la medición era de 388 estudiantes. Se aplicó un muestreo censal, contactando a la totalidad de estudiantes sin excluir subgrupos. El cuestionario fue enviado a los programas de Licenciatura en Administración de Empresas y Negocios Internacionales (357 estudiantes) y Administración de Empresas y Marketing (31 estudiantes), logrando así una cobertura del 100%. En total, se recibieron 248 respuestas válidas, alcanzando una tasa de respuesta del 63,91%. De estas, 217 provienen del primer programa (60,8% de cobertura) y 31 del segundo (100%).



Para analizar la variable principal, se agruparon las respuestas de la escala NPS en tres categorías conforme al modelo propuesto por Reichheld (2003):

- Promotores (9-10): Estudiantes plenamente satisfechos, con alta probabilidad de recomendar.
- Pasivos (7-8): Estudiantes satisfechos, pero con limitada disposición a recomendar.
- Detractores (0-6): Estudiantes insatisfechos que podrían generar comentarios negativos.

La puntuación NPS se calculó restando el porcentaje de Detractores al porcentaje de Promotores.

Además del análisis central, se incluyó una caracterización sociodemográfica de los encuestados con el propósito de contextualizar adecuadamente los hallazgos. En primer lugar, se identificó que el 60% de los estudiantes trabaja y estudia de manera simultánea, lo que resulta relevante para comprender mejor ciertas valoraciones expresadas en las respuestas abiertas, particularmente aquellas relacionadas con la carga académica, los horarios de clase y la modalidad del servicio educativo. Asimismo, se observó que el 90% de los participantes tiene entre 24 y 35 años, lo que sugiere una población mayoritariamente adulta que podría tener expectativas diferenciadas respecto a la organización del proceso formativo. En cuanto al género, el 70% de los encuestados son mujeres y el 30%, hombres. Estos datos permitieron describir el perfil general de la muestra y facilitaron una lectura más informada de las percepciones recogidas, aunque no se desarrolló un análisis comparativo por subgrupos, ya que el foco principal del estudio fue el análisis global del NPS y los factores asociados a su valoración.

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos tras la aplicación del cuestionario NPS a los estudiantes de la Escuela de Negocios de una universidad privada en Perú.

Según la valoración otorgada en la Pregunta 1 (“¿Qué tan probable es que recomiendes la universidad?”), se obtuvo una puntuación NPS de +35, resultado de la distribución de los participantes en 53% promotores, 29% pasivos, y 18% detractores. De este modo, más del 80% de los encuestados expresó una percepción favorable del servicio educativo.

Este resultado cuantitativo sugiere una experiencia institucional mayoritariamente positiva, aunque aún con una proporción significativa de estudiantes insatisfechos. La presencia del 18% de detractores indica que existen aspectos del servicio que generan disconformidad y que podrían estar afectando negativamente la fidelización y recomendación institucional. Por tanto, se procedió a analizar las justificaciones ofrecidas en la Pregunta 2, permitiendo profundizar en los aspectos que explican tanto los niveles de satisfacción como de insatisfacción.

CATEGORÍAS PRINCIPALES IDENTIFICADAS EN LAS RESPUESTAS DE LOS PROMOTORES

El grupo de promotores destacó diversos aspectos positivos de su experiencia educativa. A partir del análisis cualitativo, se identificaron cinco categorías temáticas recurrentes:

Tabla 1
Categorías más frecuentes – Promotores

Categoría	Descripción	% de menciones
Método de Enseñanza	Valoración de la metodología innovadora y dinámica de enseñanza, la experiencia de los docentes, la excelencia académica y las oportunidades de desarrollo personal y profesional. Se destacan los programas de intercambio, alianzas internacionales y actividades formativas complementarias.	8,7%
Facultad	Reconocimiento a la calidad del cuerpo docente, por su formación académica y enfoque práctico. Se valora su rol en promover la innovación, el pensamiento crítico y el acompañamiento académico personalizado.	8,1%
Servicio General	Apreciación de una gestión institucional eficiente, con procesos administrativos ágiles, buen trato por parte del personal y una cultura organizacional orientada a la mejora. Se destaca la flexibilidad académica y tecnológica, y el compromiso con el desarrollo integral de los estudiantes.	6,4%
Infraestructura	Reconocimiento de los espacios modernos, cómodos y funcionales para el estudio. Se mencionan aulas equipadas, laboratorios actualizados, recursos tecnológicos y ambientes propicios para la formación académica.	5,6%
Currículo	Valoración del diseño curricular por su enfoque actualizado y pertinente para el mercado laboral. Se aprecia la enseñanza práctica, la articulación entre teoría y aplicación, y los convenios internacionales que amplían las oportunidades profesionales.	4,5%

Fuente: Elaboración propia.

La diversidad de aspectos valorados por los promotores sugiere una experiencia educativa integral, donde los factores académicos, administrativos y estructurales convergen positivamente. Destaca la mención constante a la innovación, tanto en metodologías como en infraestructura, lo que refleja un alineamiento con las expectativas contemporáneas del estudiantado.

Para ilustrar estas categorías, se presentan a continuación ejemplos representativos de las respuestas abiertas brindadas por los promotores:

- “Su método de enseñanza, infraestructura y el hecho de que está equipada con todo lo necesario para cada carrera. Es una universidad hermosa.”
- “Lo que más valoro de la universidad es su enfoque en la innovación y la excelencia académica, así como su compromiso con la comunidad y el desarrollo integral de los estudiantes.”
- “Transforman vidas formando profesionales innovadores y éticos con una visión global a través de una educación de clase mundial.”



- “Mi experiencia en la universidad ha sido increíblemente enriquecedora y gratificante. Agradezco la oportunidad de ser parte de esta comunidad académica y estoy seguro de que los conocimientos y habilidades que estoy adquiriendo serán invaluableles.”
- “La experiencia de tener un currículo reconocido internacionalmente, particularmente el convenio que tiene la universidad con instituciones similares en todo el mundo.”
- “La universidad tiene instalaciones modernas equipadas con tecnología avanzada, lo que facilita el aprendizaje y la investigación en diversas disciplinas.”

CATEGORÍAS PRINCIPALES IDENTIFICADAS EN LAS RESPUESTAS DE LOS PASIVOS

Los pasivos presentan comentarios en general positivos sin dejar de señalar lo que consideran oportunidades de mejora que se deben desarrollar:

Tabla 2
Categorías más frecuentes – Pasivos

Categoría	Descripción	% de menciones
Innovación académica	La Universidad desarrolla su oferta académica incluyendo nuevas metodologías que mejoran el perfil del egresado. Se menciona el trabajo con autómatas en salud, simuladores en ingeniería y SW especializado.	8,1%
Experiencia	Vida estudiantil integral que desarrolla a nuevos profesionales. Se menciona programa de acompañamiento, actividades deportivas, culturales y de responsabilidad social.	7,9%
Infraestructura	Espacios modernos, cómodos y funcionales para el estudio. Se mencionan aulas equipadas, laboratorios actualizados, recursos tecnológicos y ambientes propicios para la formación académica.	6,7%
Servicios Generales	Apreciación de una gestión institucional eficiente, con procesos administrativos ágiles, buen trato por parte del personal y una cultura organizacional orientada a la mejora. Se destaca la flexibilidad académica y tecnológica, y el compromiso con el desarrollo integral de los estudiantes.	6,1%

Fuente: Elaboración propia.

Para ilustrar estas categorías, se presentan a continuación ejemplos representativos de las respuestas abiertas brindadas por los pasivos:

- “La innovación es parte del día a día. Los docentes aplican nuevas tecnologías y nos desafían a usarla tanto en nuestros cursos como incorporarlo al quehacer diario.”

- “Los programas de responsabilidad social de la universidad permiten fortalecer la visión sobre la sociedad y la oportunidad de aportar al desarrollo humano.”
- “El modelo de enseñanza con alta participación de los estudiantes en dinámicas y presentaciones desarrolla el trabajo en equipo y el pensamiento crítico.”
- “Me tratan como una persona y se hacen cargo de mis consultas para orientarme para tomar la mejor decisión en mi especialización y decidir sobre las diversas opciones de desarrollo dentro de mi carrera.”
- “Los convenios con empresas públicas y privadas permite el desarrollo de prácticas en lugares de trabajo altamente enriquecedora. Desarrolla destrezas para el trato de personas, aplicación de técnicas y confirmar el rol del profesional en los equipos multidisciplinarios.”
- “Se debe automatizar los reportes de pagos de los estudiantes para que sean actualizados en línea y al momento que se realiza el pago.”

CATEGORÍAS PRINCIPALES IDENTIFICADAS EN LAS RESPUESTAS DE LOS DETRACTORES

Las respuestas de los detractores se concentraron en aspectos operativos y administrativos. Se agruparon en cuatro categorías principales:

Tabla 3
Categorías más frecuentes – Detractores

Categoría	Descripción	% de menciones
Servicio General	Problemas en la organización institucional y en los procesos de atención al estudiante. Se mencionan retrasos, falta de comunicación, burocracia excesiva y percepción de desinterés por parte del personal administrativo.	11,4%
Pagos	Inconformidad con el aumento continuo de las tarifas de matrícula sin una mejora perceptible en los servicios. También se reportan problemas en la comunicación sobre pagos y la emisión de estados de cuenta.	9,1%
Equipos de Laboratorio	Reclamos por la falta de equipamiento adecuado para prácticas académicas. Se señalan materiales insuficientes, falta de mantenimiento y carencia de tecnología requerida para una formación profesional de calidad.	7,1%
Horarios	Críticas a la mala estructuración de los horarios, cambios constantes, falta de coordinación en la asignación de cursos y poca consideración a los estudiantes que trabajan. Se percibe desorganización en los procesos de matrícula y asignación docente.	5,1%

Fuente: Elaboración propia.

Estas categorías reflejan que las principales fuentes de insatisfacción no están asociadas directamente a la docencia, sino a aspectos operativos y de gestión interna. La



recurrencia de críticas sobre horarios, pagos y comunicación institucional sugiere la necesidad de reforzar los procesos administrativos como componente esencial de la calidad educativa.

- “Problemas con el proceso de matrícula.”
- “Tiempo de respuesta largo a los correos electrónicos de los estudiantes.”
- “Hay poca comunicación del departamento de cobros, y los estados de cuenta son complejos.”
- “Existen dificultades con la matrícula; los horarios no están bien estructurados para permitir que los estudiantes organicen sus cursos y tengan tiempo para estudiar. Los profesores no se presentan hasta la tercera semana de clases, y hay muy poco tiempo para la matrícula virtual.”
- “Falta de coordinación para proporcionar respuestas inmediatas.”
- “Organización de aulas o espacios de estudio.”

Este análisis integral permite no solo cuantificar el nivel de satisfacción mediante el NPS, sino también comprender de forma cualitativa las razones que sustentan las percepciones de los estudiantes. El alto porcentaje de promotores indica una percepción positiva sostenida, mientras que las observaciones de los detractores identifican puntos críticos con potencial de mejora directa. Estos hallazgos constituyen una base objetiva para futuras decisiones institucionales orientadas al fortalecimiento de la experiencia estudiantil.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El análisis realizado confirma la necesidad de no reducir la aplicación del Net Promoter Score (NPS) a un único valor agregado. Si bien la puntuación obtenida de +35 indica una percepción general favorable, con un 53 % de promotores, los resultados cualitativos revelan que esta cifra encierra una diversidad de percepciones que deben ser comprendidas y atendidas. En particular, la revisión de las respuestas abiertas ha permitido distinguir tres bloques diferenciados: promotores, pasivos y detractores, cada uno con motivaciones específicas. Esta aproximación evidencia que la aplicación del NPS en el contexto universitario debe ser tratada de manera integral, combinando el análisis cuantitativo con la interpretación cualitativa.

Los promotores valoran principalmente el método de enseñanza, la calidad del cuerpo docente, la infraestructura, el currículo y la eficiencia de los servicios generales. Estas menciones, que abarcan tanto aspectos académicos como organizacionales, sustentan el resultado global del NPS y reflejan una experiencia educativa integral. La satisfacción con el modelo pedagógico, los convenios internacionales y los recursos tecnológicos denota que los estudiantes perciben una formación alineada con los estándares contemporáneos del mercado. Esto concuerda con hallazgos previos que resaltan la importancia de la resiliencia y la autoeficacia en la percepción positiva del entorno institucional (Hampton et al., 2025), así como con la necesidad de planes de mejora sólidos en contextos como el peruano, donde aún persisten debilidades estructurales en liderazgo y calidad docente (Consejo Nacional de Educación, 2023).

Por otro lado, el grupo de pasivos identifica elementos positivos similares a los promotores, pero matiza su valoración con sugerencias de mejora. Las respuestas señalan avances en innovación académica y experiencias significativas dentro y fuera del

aula, aunque con énfasis en oportunidades de optimización, por ejemplo, en la automatización de reportes o la atención en áreas específicas. Esta postura intermedia destaca la importancia de fortalecer la experiencia integral del estudiante, especialmente en aspectos administrativos y tecnológicos que aún no alcanzan los niveles esperados.

El análisis de los detractores, quienes representan el 18 % de los encuestados, es especialmente revelador. Sus observaciones se concentran en falencias operativas como problemas en servicios generales, gestión de pagos, horarios y equipamiento de laboratorios. Este grupo refleja una insatisfacción estructural vinculada más al funcionamiento administrativo que a la docencia, lo cual debe ser interpretado como una alerta institucional. A pesar de representar una minoría, su peso cualitativo es alto, pues señalan brechas críticas en la atención, tiempos de respuesta y procesos esenciales para el desarrollo académico. Esto demuestra que una puntuación NPS aparentemente alta puede ocultar focos de insatisfacción que impactan directamente la fidelización estudiantil.

En la práctica, muchas universidades asumen que un NPS superior a 25 es satisfactorio, dejando de lado una evaluación profunda de su composición interna. Tal como sucedió en el ámbito farmacéutico, donde se creó el Medicine Acceptability Score (MAS) para complementar al NPS y evitar interpretaciones simplistas (Yoo et al., 2024), el contexto universitario requiere también de mecanismos que permitan una lectura crítica y diferenciada. La experiencia global puede parecer positiva, pero los resultados del presente estudio muestran que uno de cada cinco estudiantes manifiesta problemas que podrían afectar la retención o la recomendación futura.

La literatura también advierte sobre este riesgo. Löfstrand et al. (2025) destacan que la disposición a recomendar una organización está mediada por el clima institucional, el liderazgo y la motivación. Interpretar el NPS sin considerar estos factores puede llevar a decisiones equivocadas. De igual modo, Lacohee et al. (2024) cuestionan la capacidad predictiva del indicador y su desconexión con metodologías de análisis más robustas. Estas observaciones refuerzan la idea de que el NPS debe utilizarse como parte de un enfoque analítico más amplio que incluya la voz del estudiante a través de preguntas abiertas y clasificaciones temáticas.

Los comentarios recogidos evidencian que los estudiantes tienen expectativas comparables a las de consumidores de otros sectores: demandan calidad académica, pero también atención administrativa eficiente, procesos automatizados y entornos formativos con tecnología de punta. Esto obliga a las universidades a replantear sus procesos y servicios con una visión más integral y alineada con el perfil del estudiante contemporáneo. Como señala el estudio de Bitencourt et al. (2023), aplicado a unidades de cuidados intensivos pediátricos, el NPS puede detectar altos niveles de satisfacción, pero no siempre discrimina eficazmente los casos de insatisfacción, lo cual dependerá del contexto y de los mecanismos complementarios de análisis.

Desde esta perspectiva, el presente estudio demuestra que el NPS, acompañado de un análisis cualitativo sistemático, es una herramienta útil para comprender la experiencia estudiantil en su totalidad. Su uso integral permite no solo medir la satisfacción, sino también identificar áreas críticas de mejora, especialmente en servicios administrativos, horarios y recursos para la práctica académica. Aún cuando el resultado global es positivo, la identificación de problemáticas persistentes entre los detractores permite orientar acciones inmediatas y sostenibles para fortalecer la calidad del servicio educativo.

Finalmente, futuras investigaciones podrían explorar cómo instituciones con realidades similares han abordado las quejas operativas que afectan la experiencia del estudiante, y cómo el uso de tecnologías emergentes podría cerrar estas brechas. Asimismo, se recomienda seguir perfeccionando el uso del NPS incorporando análisis narrativos y métricas complementarias que reflejen con mayor fidelidad la percepción estudiantil en contextos educativos en constante transformación.



CONTRIBUCIÓN DE AUTORES

Conceptualización: A. B. y J. C.; Metodología: A. B.; Software: A. B.; Validación: A. B.;
Análisis formal: A. B.; Investigación: A. B.; Recursos: A. B.; Curación de datos: A. B.;
Redacción - borrador original: A. B.; Redacción - revisión y edición: A. B. y J. C.;
Visualización: A. B.; Supervisión: A. B.; Administración del proyecto: A. B.

REFERENCIAS

- Agormedah, E. K. (2025). Association between learning engagement and learning satisfaction among first-year business students in higher education: the moderating effect of gender. *Discover Education*, 4(1), 99. <https://doi.org/10.1007/s44217-025-00499-2>
- Bain, & Company. (2004). *Net promoter system*. <https://www.bain.com>
- Bitencourt, V. N., Crestani, F., Peuckert, M. Z., Andrades, G. R. H., Krauzer, J. R. M., Cintra, C. de C., Cunha, M. L. da R., Eckert, G. U., Girardi, L., Santos, I. S., & Garcia, P. C. R. (2023). Net Promoter Score (NPS) as a tool to assess parental satisfaction in pediatric intensive care units. *Jornal de Pediatria*, 99(3), 296-301. <https://doi.org/10.1016/j.jped.2022.11.013>
- Cadena-Badilla, M., Mejías Acosta, A., Vega-Robles, A., & Vásquez Quiroga, J. (2015). La satisfacción estudiantil universitaria: análisis estratégico a partir del análisis de factores. *Industrial Data*, 18(1), 9-18. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81642256002>
- Conforti Olivito, L. (2019). *NPS en Empresas de Telecomunicaciones Móviles de Argentina*. (Tesis de maestría). Universidad de San Andrés, Argentina. <http://hdl.handle.net/10908/16745>
- Consejo Nacional de Educación. (2023). *Reporte nacional de seguimiento al Proyecto Educativo Nacional: Análisis de indicadores al 2023*. https://observatorio-pen.cne.gob.pe/wp-content/uploads/20240826_Reporte-Nacional-del-PEN-2023.pdf
- Formichela, M. (2009). Una explicación de las trampas de pobreza. El círculo vicioso entre el nivel de educación y el nivel de ingresos. *Estudios Económicos*, 26(52), 49-80. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=572363593003>
- Frias, A., Barros, M. da L., Bia, F., Santiago, C., Guerra, A., Gómez-Cantarino, S., Pereira-Afonso, M. R., Mecugni, D., Aaberg, V., & Frade, F. (2025). The Satisfaction of Higher Education Students with Sex Education Training: A Cross-Sectional Study. *Education Sciences*, 15(3), 385. <https://doi.org/10.3390/educsci15030385>
- Hampton, D., Melander, S., Rayens, M. K., & Langley, T. (2025). The relationship between resilience, self-efficacy, and job satisfaction among NPs and the impact of experience and education. *The Nurse Practitioner*, 50(4), 22-30. <https://doi.org/10.1097/01.NPR.0000000000000298>



- Kanwar, A., & Sanjeeva, M. (2022). Student satisfaction survey: a key for quality improvement in the higher education institution. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 27. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00196-6>
- Kara, A., Mintu-Wimsatt, A., & Spillan, J. E. (2024). An application of the net promoter score in higher education. *Journal of Marketing for Higher Education*, 34(2), 478-501. <https://doi.org/10.1080/08841241.2021.2018088>
- Kara, A., & Zeren, D. (2023). The relationship between the Net Promoter Score (NPS) and students' college experiences at a state university. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 20(4), 721-737. <https://doi.org/10.1007/s12208-022-00352-4>
- Kunanusorn, A., & Puttawong, D. (2015). The mediating effect of satisfaction on student loyalty to higher education institution. *European Scientific Journal*, 1, 449-463. <https://core.ac.uk/download/pdf/236412547.pdf>
- Lacoehee, H., Souchon, A., Dickenson, P., Krug, L., & Saffre, F. (2024). The Net Promoter Score interrogated through a services marketing lens: Review and recommendations for service organizations. *International Journal of Market Research*, 66(2-3), 241-260. <https://doi.org/10.1177/14707853231218605>
- Lee, S. (2018). Net Promoter Score: Using NPS to Measure IT Customer Support Satisfaction. In *Proceedings of the 2018 ACM SIGUCCS Annual Conference* (pp. 63-64). <https://doi.org/10.1145/3235715.3235752>
- Löfstrand, P., Wall, E., Selander, J., Nordenmark, M., & Vinberg, S. (2025). Employee Engagement in Swedish Public Sector Organizations: The Impact of Organizational and Social Factors on Employee Net Promoter Scores. *Scandinavian Journal of Public Administration*, 29(1), 40-58. <https://doi.org/10.58235/sjpa.2024.25213>
- Mahdiannur, M. A., Martini, Astriani, D., Rosdiana, L., & Fauziah, A. N. M. (2024). Prospective Science Student Teachers' Online Learning Environment Experiences: Measurement Based on the Net Promoter Score. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 18(06), 112-125. <https://doi.org/10.3991/ijim.v18i06.47941>
- Mejías, A., & Martínez, D. (2009). Desarrollo de un instrumento para medir la satisfacción estudiantil en educación superior. *Docencia Universitaria*, 10(2), 29-47. http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/sadpro/Documentos/docencia_vol10_n_2_2009/5_mejias_agustin_y_martinez_domelis.pdf
- Noel-Levitz, R. (2019). *Student satisfaction inventory*. <https://blogs.dsu.edu/wp-content/uploads/sites/19/2022/09/2019-Student-Satisfaction-Inventory-Executive-Summary.pdf>
- Paramo, G. J., & Correa Maya, C. A. (2012). Deserción estudiantil universitaria. Conceptualización. *Revista Universidad EAFIT*, 35(114), 65-78. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/1075>
- Pechter, J., & Kuusik, A. (2024). NPS from the customer's perspective: The influence of the recent experience. *International Journal of Market Research*, 66(2-3), 261-277. <https://doi.org/10.1177/14707853231214188>



- Polansky, M. N., Gillum, J. B., Rooney, M. S., & Messing, J. (2023). Describing the landscape of integrated clinical educational programs for PAs and NPs. *JAAPA*, 36(7), 35-39. <https://doi.org/10.1097/01.JAA.0000937260.48152.bd>
- Reichheld, F. F. (1996). *The Loyalty Effect: The Hidden Force Behind Growth, Profits, and Lasting Value*. Harvard Business School Press.
- Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, 81(12), 46-55.
- Román Gómez, J. (2017). Modelo de factores predictores de satisfacción estudiantil y lealtad institucional validado con estudiantes universitarios. *Revista Internacional de Estudios en Educación*, 17(1), 22-37. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9139466>
- Suárez P., I. T., Varguillas C., C. S., & Ronceros Morales, C. (2022). *Técnicas e instrumentos de investigación. Diseño y validación desde la perspectiva cuantitativa*. Fundación Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Instituto Pedagógico de Barquisimeto “Luis Beltrán Prieto Figueroa.” <https://doi.org/10.46498/upelipb.lib.0013>
- Viale Tudela, H. (2014). Una aproximación teórica a la deserción estudiantil universitaria. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 8(1), 59-75. <https://www.redalyc.org/pdf/4985/498573047004.pdf>
- Yoo, O., Stanford, D., von Ungern-Sternberg, B. S., & Lim, L. Y. (2024). Net Promoter Score Model for Evaluating Paediatric Medicine Acceptability: Validation and Feasibility Study. *Pharmaceutics*, 16(12), 1513. <https://doi.org/10.3390/pharmaceutics16121513>
- Zhong, J., Liu, Y., & Triatmanto, B. (2025). International Competitiveness of Thai Higher Education: The Lens of Student Satisfaction. *Educational Process International Journal*, 14(1), e2025024. <https://doi.org/10.22521/edupij.2025.14.24>

*

Received: April 15, 2025

Revisions Required: June 16, 2025

Accepted: June 25, 2025

Published online: June 30, 2025

