

# Competencias laborales del personal y su influencia en la satisfacción de los padres de familia en una institución educativa privada de Lima Metropolitana<sup>1</sup>

Labor competencies of staff and their influence on parents' satisfaction in a private educational institution in Metropolitan Lima

Liz Emperatriz Velásquez Mauricio<sup>2</sup>

Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú

liz.velasquez@unmsm.edu.pe

ORCID: 0000-0002-9996-463X

**Citar como:** Velásquez, L. (2021). Competencias laborales del personal y su influencia en la satisfacción de los padres de familia en una institución educativa privada de Lima Metropolitana. *Desde el Sur*, 13(1), e0010

## RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue determinar en qué medida las competencias laborales del personal influyen en el nivel de satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana. Primero, tras la revisión bibliográfica de las variables de estudio, se identificaron cinco dimensiones en el análisis de las competencias laborales: conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes y valores. Segundo, en el trabajo de campo se aplicó una encuesta a los padres de familia. Y tercero, los resultados obtenidos fueron analizados con la asistencia del *software* estadístico SPSS. Los resultados confirman que el nivel de satisfacción del padre de familia se ve afectado por los conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes y valores del personal. Principalmente, la dimensión valores del personal es la que obtiene

---

1 Investigación de tesis para optar el grado de magister en Administración bajo el título *Las competencias laborales del personal y su influencia en la satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en el año 2019* (Velásquez, 2021).

2 Egresada de la Maestría en Administración, con mención en Gestión Empresarial, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Es bachiller en Ciencias de la Educación por la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle y profesional técnico en Administración de Negocios Internacionales por el Instituto San Ignacio de Loyola. Cuenta con una larga experiencia en gestión en centros educativos privados e instituciones relacionadas.

un mayor grado de significancia en el nivel de la satisfacción del padre de familia.

#### **PALABRAS CLAVE**

Calidad educativa, gestión educativa, satisfacción del cliente, competencias laborales, satisfacción de padres de familia

#### **ABSTRACT**

The main objective of this research was to determine to what extent the labor competencies of staff influence the level of satisfaction among parents at a private educational institution in Metropolitan Lima. Following a bibliographic review of study variables, first, five aspects were identified in the analysis of labor competencies: knowledge, skills, attitudes, aptitudes and values. Secondly, as part of the fieldwork, a survey was applied to the parents. Thirdly, the results obtained were analyzed with the assistance of SPSS Statistics software. The results obtained indicate that the level of satisfaction among parents is influenced by the knowledge, skills, attitudes, aptitudes and values of staff. Specifically, the values aspect of staff competencies was found to be the most significant in terms of parents' level of satisfaction.

#### **KEYWORDS**

Educational quality, educational management, customer satisfaction, working skills, parents' satisfaction

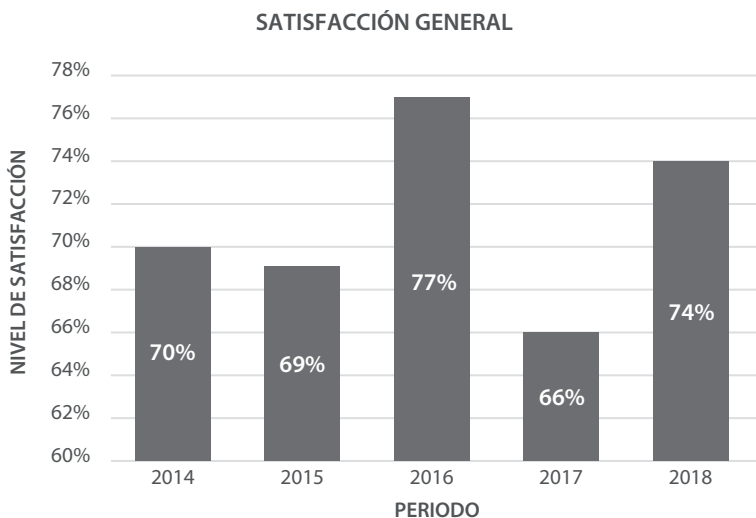
## **Introducción**

Así como la calidad de un producto se define en términos del conjunto de características que posee más su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario, la calidad de los servicios también puede ser entendida no solo por el servicio en sí, sino por la atención brindada al momento de ser ejecutado. Como lo entiende Cuatrecasas (2010), «la calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo» (p. 17).

Muchos piensan que la calidad de los rubros de servicios, como es el caso de los servicios educativos, solo se enfoca en el servicio de enseñanza, sin tomar en cuenta otros aspectos que inciden en la satisfacción. Sin embargo, las instituciones educativas van entendiendo que en su servicio

también deben observarse otros aspectos que complementan la satisfacción de sus clientes. En el caso del presente estudio, la institución educativa privada, que brinda el servicio de educación básica regular en los niveles de primaria y secundaria en Lima Metropolitana, en los últimos años ha evaluado la calidad del servicio que brinda, con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción de sus clientes no solo sobre el servicio educativo, sino también sobre la labor del personal de la institución.

En estas evaluaciones se ha observado una problemática relacionada con la satisfacción de los padres de familia respecto de los servicios que brinda la institución educativa. En estos últimos cinco años, el nivel de satisfacción no ha superado el 80% de la satisfacción general, como se puede observar en la figura 1.



**FIGURA 1.** Encuesta de satisfacción (2014-2018)

Fuente: Informe final realizado por Arellano Marketing (2015), NEO (2016), NEO (2017). Elaboración propia

Entre los atributos que se toman en cuenta para analizar la satisfacción general, las labores del personal de la institución se sitúan por debajo del 75%, como se puede ver en la tabla 1. En suma, son los atributos que hacen que el puntaje promedio de la satisfacción general de la institución educativa privada disminuya.

**TABLA 1.** Porcentaje de satisfacción del padre de familia en relación con el personal (2014-2017)

Atributos	Porcentaje de satisfacción (%)			
	2014	2015	2016	2017
Labor del director	56%	50%	66%	64%
Labor de la coordinadora académica	49%	63%	68%	63%
Labor de la coordinadora de servicios	-	58%	66%	64%
Labor de la psicóloga	61%	66%	57%	60%
Labor de la asistente de servicio	58%	69%	63%	66%
Desempeño docente	75%	75%	74%	74%
Promedio	50%	64%	66%	65%

Fuente: Informe final realizado por Arellano Marketing 2015, NEO 2016, NEO 2017. Elaboración propia

Aunque en los cuatro últimos años el porcentaje de satisfacción del padre de familia en relación con el personal ha ido en aumento, este atributo, a diferencia de los demás, es el más bajo, y repercute de manera negativa en la satisfacción general de la institución. En 2014, de los 100 puntos que debe obtener el personal (encargado de la atención al padre de familia), el promedio llegó al 50%; en 2015, se obtuvo el 64%; en 2016, dos puntos porcentuales más hasta lograr 66%. En adelante, el porcentaje se ha mantenido, como se puede observar en la tabla 1. Este análisis, en particular, nos muestra que la atención brindada por el personal no cubre en su totalidad las expectativas de los padres de familia, lo cual nos presenta una problemática en especial a analizar.

Así también, según resultados comentados sobre el desempeño del personal, donde se evalúan factores como las competencias del personal en diversas áreas como la planificación del proceso de enseñanza-aprendizaje, la creación de un clima propicio para el aprendizaje, la implementación de la enseñanza, la evaluación y mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje, la relación con las familias de los estudiantes, el compromiso con su aprendizaje y desarrollo profesional, la actitud y el compromiso con el trabajo y con la institución, la puntualidad, la imagen personal, entre otros, se sabe que el personal no logra completar las competencias establecidas por el marco del buen desempeño institucional y con mayor énfasis en el área de relación con las familias del estudiante, que evalúa las competencias vinculadas al servicio brindado al padre de familia.

En resumen, el análisis de los datos reportados en la encuesta de satisfacción de 2014 a 2018 nos indica que hay una baja percepción por parte del padre de familia respecto de la labor que cumple el capital humano de esta institución educativa privada de Lima Metropolitana. Así, emerge

una posible conexión en torno a las competencias laborales del personal y la satisfacción de los padres de familia. Esto nos lleva a cuestionarnos si existe alguna relación entre las competencias que posee el personal en este sector y el nivel de satisfacción de los padres de familia.

Frente a esta pregunta, nuestro objetivo principal fue determinar en qué medida las competencias laborales del personal influyen en el nivel de satisfacción de los padres de familia de esta institución educativa privada de Lima Metropolitana. La hipótesis de investigación contrastó si las competencias laborales del personal influyen significativamente en el nivel de satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana.

### **1. Marco teórico**

El desarrollo teórico de las «competencias» está íntimamente vinculado con los cambios socioeconómicos ocurridos en la segunda Revolución Industrial del siglo XX (Cuba, 2016). Motivado por los nuevos descubrimientos tecnológicos que incidieron en la eficiencia maquinaria y el aumento de la producción industrial, la preparación de la masa laboral tuvo que replantearse, principalmente, bajo la propuesta de una administración científica del trabajo.

El constructo de competencia se originó en un periodo crítico de la segunda Revolución Industrial del inicio del siglo XX, cuando los cambios económicos estaban transformando por completo la sociedad arcaica. Los nuevos descubrimientos científicos de la época y, como consecuencia, las nuevas conquistas tecnológicas han permitido el control sobre la transformación energética, aumentando notablemente la eficiencia de las maquinarias y provocando el aumento revolucionario de la producción industrial. Lo que, a su vez, ha obligado a replantear el modelo de preparación de los trabajadores para el nuevo contexto laboral (Cuba, 2016, pp. 9-10).

En efecto, como analiza Ritzer (1993), esta etapa que configura la era moderna no solo se caracteriza por la producción masiva de productos homogéneos (fordismo), el uso de tecnologías, el nacimiento de sindicatos de trabajadores o el desarrollo de un mercado para los productos, sino también por la adopción de rutinas de trabajo estandarizadas que tienen su origen en las propuestas de Frederick Taylor. En esta línea, de acuerdo con Cuba (2016), se le puede atribuir a Taylor la introducción del sentido de «competencia» en clara alusión a una cualidad asignada a una persona que, dentro del campo laboral, lo convierte en un trabajador eficiente.

Así el estudio sistemático de las tareas con el objetivo de mejorar el rendimiento en el campo laboral incidió también en otras disciplinas

como en la educación. Como también señala Ritzer (1993), otra característica de esta etapa es la aparición de «instituciones educativas masivas que proporcionan la masa de trabajadores requerida por la industria (Clarke, 1990, p. 73)» (como se citó en Ritzer, 1993, p. 199). En el campo de la psicología, McClelland (1973), en su artículo «Testing for competence rather than for intelligence», propone la variable competencia para realizar predicciones acerca del rendimiento de las personas en el lugar de trabajo. En su investigación, el autor propone nuevos métodos con la finalidad de identificar las «competencias» que pudieran predecir el desempeño laboral sin considerar la raza, el sexo o los factores socioeconómicos.

### 1.1. La competencia laboral

Boyatzis (1982) define a la competencia laboral como las características subyacentes, que puede ser un motivo, un rasgo o un aspecto de la propia persona. El autor indica también que pueden ser aspectos inconscientes de la persona y nombra a dichas características personales como competencias genéricas. Por su parte, Spencer y Spencer (1993) definen el término *competencia* también como una característica subyacente del individuo. Los autores mencionan que la competencia es una parte bastante profunda y duradera de la personalidad de un individuo y puede predecir el comportamiento en una variedad de situaciones y tareas laborales. De acuerdo con estos autores, las competencias laborales pueden definirse sobre la base de cinco tipos de características subyacentes, como son los motivos, los rasgos, el autoconcepto, los conocimientos y las habilidades:

1. Los motivos: son las cosas que una persona constantemente piensa o quiere, y conducen el comportamiento hacia ciertas acciones o metas.
2. Los rasgos: son las características físicas y respuestas consistentes a situaciones o información, como el tiempo de reacción ante un determinado estímulo o la buena visión de un piloto.
3. El autoconcepto: son las actitudes, los valores o las autoimágenes de una persona, como la confianza en uno mismo o las creencias.
4. Los conocimientos: son la información que una persona tiene de diversas áreas específicas, como el conocimiento de un médico respecto al cuerpo humano. Aquí el autor, siguiendo a los estudios previos de McClelland, indica que las puntuaciones en las pruebas de conocimiento a menudo no pueden predecir el rendimiento laboral, debido a que no miden los conocimientos y las habilidades de la manera en que se utilizan realmente en el trabajo.
5. Las habilidades: son la capacidad de realizar cierta tarea, ya sea física o mental.

Las tres primeras características subyacentes de competencia (motivos, rasgos y autoconcepto) son más profundas y centrales para la personalidad. Sin embargo, las dos últimas características (conocimientos y habilidades) tienden a ser visibles y relativamente superficiales en las características de las personas.

De ello se desprende que las competencias de conocimientos y habilidades son relativamente más fáciles de desarrollar con la formación, por lo que la formación es la forma más rentable de asegurarlas en los empleados. Las competencias de motivos y rasgos son la base del iceberg de la personalidad y son más difíciles de evaluar y desarrollar, por lo que es más rentable seleccionar a los empleados que posean estas características. Las competencias de autoconcepto se encuentran en un punto intermedio, ya que pueden ser cambiadas por la formación, la psicoterapia o experiencias positivas, aunque con más tiempo y dificultad.

Para Lévy-Leboyer (1997), las competencias son observables en la realidad del trabajo e igualmente en los test de evaluaciones, así como ponen en práctica de manera integrada aptitudes, rasgos de personalidad y conocimientos. Es así que este autor las considera una línea de unión entre las características individuales de las personas y las cualidades requeridas para llevar a cabo las misiones del puesto. Este autor define las competencias como «repertorios de comportamientos que algunos dominan mejor que otros, lo que los hace eficaces en una situación determinada» (Leboyer, 1997, p. 54).

Por lo mencionado anteriormente, y según los estudios revisados por los diversos autores, los atributos o dimensiones de las competencias laborales que poseen las personas, siguiendo a Rodríguez (2007), se pueden concretar en las siguientes: las habilidades, los conocimientos, las aptitudes, las actitudes y los valores, como se puede observar en la tabla 2.

**TABLA 2.** Atributos o dimensiones de las competencias laborales

Atributos o dimensiones	Definición
Habilidades	Según Bruner (1997, p. 171), la habilidad o destreza es una forma de relacionarse con las cosas, una capacidad que nos permite estar en el mundo para resolver las situaciones que nos plantea. Las habilidades se remiten a conocimientos del sujeto puestos en acción. Un conocimiento se convierte en realidad cuando desciende a los hábitos.
Conocimientos	Conocimiento como conjunto organizado de datos e información destinados a resolver un determinado problema. Así, el saber es el conjunto de conocimientos que producen un pensamiento continuo de recuerdos de los conocimientos adquiridos a lo largo de la vida.
Aptitudes	La aptitud tiene que ver con la facilidad, ocurrencia, autonomía, intuición, confianza, imaginación, etc., para un determinado tipo de tarea o actividad. Se considera como una disposición innata o potencial natural del individuo. Es materia prima para el desarrollo de habilidades.

Actitudes	La actitud se concibe como la predisposición a actuar antes de ejecutar un comportamiento o conducta, que puede estar influenciado por algún tipo de componente de carácter personal. Tiene que ver con lo afectivo, cognitivo y conductual. Por ejemplo, las actitudes de personas creativas son curiosidad, imaginación, flexibilidad, perseverancia, optimismo, enfrentar retos, evitar juzgar, ver obstáculos, tener descontento constructivo, ver problemas como interesantes para solucionar, entre otros (Gallego, 1999, pp. 31-79).
Valores	El valor como acto humano, de ejecución consciente y libre en un nivel racional, se concibe como una propiedad de las personas por el solo hecho de existir. Son objeto material de la moral y la ética. Dentro de los valores morales que perfeccionan la calidad del ser humano se tienen, entre otros, respecto, tolerancia, honestidad, lealtad, trabajo en equipo, responsabilidad, comunicación, solidaridad, libertad, paz, inteligencia emocional, adaptabilidad, control personal.

Fuente: Tomado de Rodríguez (2007, p. 151)

## 1.2. Satisfacción del cliente

Según Rico (1998), la satisfacción es el estado de ánimo de agrado o complacencia de las personas. Es generada por el cumplimiento de sus necesidades y expectativas previamente creadas.

La satisfacción es un estado de ánimo que crea agrado y complacencia por la realización completa de las necesidades y expectativas creadas. El estado de ánimo de los clientes surge como producto de relacionar la necesidades y expectativas versus el valor y los rendimientos percibidos (Rico, 1998, p. 247).

En términos del cliente, para Kotler y Keller (2012), «la satisfacción es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían» (Kotler, 2012, p. 128). De esta manera, si el servicio o producto cumple con las expectativas del cliente, este queda satisfecho; por el contrario, si no se logra cumplir con estas expectativas, el cliente queda insatisfecho. Sin embargo, el resultado obtenido de la percepción de los clientes respecto al servicio o producto depende de muchos factores, como la lealtad que tengan con la marca o las percepciones más favorables que los clientes desarrollan con los productos o servicios que provocan sentimientos positivos.

## 2. Materiales y métodos

El estudio realizado fue de diseño cuantitativo no experimental, de tipo transversal correlacional causal, y buscó correlacionar las dimensiones que conforman las competencias laborales del personal directivo y docentes con la satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en el periodo educativo de 2019.



Del total de la población de 1034 padres de familia (594 pertenecen al nivel primario y 440 al nivel secundario) se calculó la muestra tomando en consideración el tipo de muestreo probabilístico estratificado (Hernández, Fernández y Baptista, 2006; López, 2004) y utilizando la técnica proporcional. Además, se consideró un nivel de confianza 95%  $\rightarrow Z = 1,96$  y un margen de error de  $e: 5\% \approx 0,05$ ,  $p: 0,5$  y  $q: 0,5$ , de lo que resulta como muestra 280 padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en 2019, que fue segmentada en 161 padres de familia del nivel primario y 119 padres de familia del nivel secundario, como se presenta en la tabla 3.

**TABLA 3.** Muestra proporcional al tamaño del estrato

Estratos	Número de elementos en el estrato	Cantidad seleccionada por estrato
Padres de familia de nivel primaria	594	161
Padres de familia de nivel secundaria	440	119
Total	1034	280

Fuente: Elaboración propia

Luego de segmentar aleatoriamente se utilizó la técnica de la encuesta y cuestionario como el instrumento para recolectar los datos, lo que permitió recabar información importante para la investigación. El cuestionario fue de aplicación individual, que contenía 41 ítems distribuidos de la siguiente manera: 5 ítems en datos generales (como edad, sexo, estado civil, grado de instrucción y grado de su menor hijo) y 36 ítems en las dimensiones de la variable a analizar, presentadas como afirmaciones, que fueron conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes, valores y satisfacción.

Todas las respuestas aparecen categorizadas en una escala tipo Likert, que va del 1 al 5, desde muy en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo de acuerdo y muy de acuerdo, como se muestra en la tabla 4.

**TABLA 4.** Categorías de respuesta de acuerdo con la escala Likert

Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia

Es importante señalar que los 36 ítems del cuestionario se validaron con el análisis de la prueba de fiabilidad del alfa de Cronbach, con 280 casos válidos y ningún caso excluido. El coeficiente alfa de Cronbach fue

0,923, lo cual es representativo a una fiabilidad elevada y satisfactoria, y se puede apreciar en las tablas 5 y 6.

**TABLA 5.** Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	280	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	280	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 6.** Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nro. de elementos
,923	36

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, para explicar el resultado de la investigación se elaboraron tablas y gráficos que muestran los datos obtenidos de población muestral a través del instrumento de medición. Además, se realizó el análisis con tablas de frecuencias para describir cada variable y sus dimensiones, tablas de contingencia para analizar la relación entre cada una de las variables de estudio. El criterio para la clasificación de las categorías para «competencias laborales» y «satisfacción del cliente» se definió mediante la sumatoria de las puntuaciones de cada dimensión, tomando en consideración el mayor y menor valor. El resultado se dividió en tres intervalos, que nos sirven de rangos para cada nivel de la categoría: «bajo», «medio» y «alto». Todas las respuestas de las preguntas de cada dimensión se ubicaron en los niveles correspondientes según el rango. La hipótesis fue contrastada utilizando la prueba de chi cuadrado. Cabe mencionar que en todo el procesamiento de los datos se utilizó el *software* estadístico SPSS.

### 3. Resultados

El estudio buscó correlacionar las dimensiones que conforman las competencias laborales del personal directivo y docente con la satisfacción de los padres de familia dentro del ámbito de una institución educativa privada de Lima Metropolitana durante 2019.

### 3.1. Competencias laborales y satisfacción del cliente

Del total de padres de familia encuestados (280), el 85% considera que las competencias del personal son de un nivel alto (238). Del total de padres de familia que manifiestan tener un nivel alto de satisfacción como clientes (221), el 91% considera que el personal cuenta con un nivel alto de competencias laborales (201) (aquí se concentra la mayoría de respuestas), el 2,3% considera que el personal cuenta con un nivel medio de competencias laborales (5) y el 6,8% considera que el personal cuenta con un nivel bajo de competencias laborales (15).

**TABLA 7.** Competencias laborales del personal y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
Competencias laborales del personal	BAJO	Recuento	0	17	15	32
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	29,8%	6,8%	11,4%
	MEDIO	Recuento	0	5	5	10
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	8,8%	2,3%	3,6%
	ALTO	Recuento	2	35	201	238
		% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	61,4%	91,0%	85,0%
Total	Recuento	2	57	221	280	
	% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Conocimientos del personal y satisfacción del cliente

Del total de padres de familia encuestados (280), el 77,5% considera que el personal cuenta con un nivel alto conocimientos (217). Del total de padres de familia que manifiestan tener un nivel alto de satisfacción como clientes (221), el 81% considera que el personal cuenta con un nivel alto de conocimientos (179) (aquí se concentra la mayoría de respuestas) y el 19% considera que el personal cuenta con un nivel medio de conocimientos (42).

**TABLA 8.** Conocimientos del personal y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
Dimensión conocimientos del personal	BAJO	Recuento	0	20	0	20
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	35,1%	0,0%	7,1%
	MEDIO	Recuento	0	1	42	43
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	1,8%	19,0%	15,4%
	ALTO	Recuento	2	36	179	217
		% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	63,2%	81,0%	77,5%
Total	Recuento	2	57	221	280	
	% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Habilidades del personal y satisfacción del cliente

Del total de padres de familia encuestados (280), el 77,9% considera que el nivel de habilidades del personal es alto (218). Del total de padres de familia que manifiestan tener un nivel alto de satisfacción como clientes (221), el 81,9% considera que el personal cuenta con un nivel alto de habilidades (181) (aquí se concentra la mayoría de respuestas) y el 18,1% considera que el personal cuenta con un nivel medio de habilidades (40).

**TABLA 9.** Habilidades del personal y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
Dimensión habilidades del personal	BAJO	Recuento	0	17	0	17
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	29,8%	0,0%	6,1%
	MEDIO	Recuento	0	5	40	45
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	8,8%	18,1%	16,1%
	ALTO	Recuento	2	35	181	218
		% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	61,4%	81,9%	77,9%
Total	Recuento	2	57	221	280	
	% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

### 3.4. Actitudes del personal y satisfacción del cliente

Del total de padres de familia encuestados (280), el 79,6% considera que el nivel de actitudes del personal es alto (223). Del total de padres de familia que manifiestan tener un nivel alto de satisfacción como clientes (221), el 86,9% considera que el personal cuenta con un nivel alto de actitudes (192) (aquí se concentra la mayoría de respuestas), el 5,9% considera que el personal cuenta con un nivel medio de actitudes (13) y el 7,2% considera que el personal cuenta con un nivel bajo de actitudes (16).

**TABLA 10.** Actitudes del personal y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
Dimensión actitudes del personal	BAJO	Recuento	0	0	16	16
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	0,0%	7,2%	5,7%
	MEDIO	Recuento	0	28	13	41
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	49,1%	5,9%	14,6%
	ALTO	Recuento	2	29	192	223
		% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	50,9%	86,9%	79,6%
Total	Recuento	2	57	221	280	
	% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

### 3.5. Aptitudes del personal y satisfacción del cliente

Del total de padres de familia encuestados (280), el 82,1% considera que las actitudes del personal son de un nivel alto (230). Del total de padres de familia que manifiestan tener un nivel alto de satisfacción como clientes (179), el 85,5% considera que el personal cuenta con un nivel alto de aptitudes (153) (aquí se concentra la mayoría de respuestas), el 12,3% considera que el personal cuenta con un nivel medio de aptitudes (22) y el 2,2% considera que el personal cuenta con un nivel bajo de aptitudes (4).

**TABLA 11.** Aptitudes del personal y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
Dimensión aptitudes del personal	BAJO	Recuento	0	17	4	21
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	40,5%	2,2%	7,5%
	MEDIO	Recuento	6	1	22	29
		% dentro de satisfacción del cliente	10,2%	2,4%	12,3%	10,4%
	ALTO	Recuento	53	24	153	230
		% dentro de satisfacción del cliente	89,8%	57,1%	85,5%	82,1%
Total	Recuento	59	42	179	280	
	% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

### 3.6. Valores del personal y satisfacción del cliente

Del total de padres de familia encuestados (280), el 71,8% considera que los valores del personal son de un nivel alto (201). Del total de padres de familia que manifiestan tener un nivel alto de satisfacción como clientes (221), el 90% considera que el personal cuenta con un nivel alto de valores (199) (aquí se concentra la mayoría de respuestas), el 2,3% considera que el personal cuenta con un nivel medio de valores (5) y el 7,7% considera que el personal cuenta con un nivel bajo de valores (17).

**TABLA 12.** Valores del personal y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
Dimensión valores del personal	BAJO	Recuento	0	1	17	18
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	1,8%	7,7%	6,4%
	MEDIO	Recuento	2	54	5	61
		% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	94,7%	2,3%	21,8%
	ALTO	Recuento	0	2	199	201
		% dentro de satisfacción del cliente	0,0%	3,5%	90,0%	71,8%
Total	Recuento	2	57	221	280	
	% dentro de satisfacción del cliente	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

### 3.7. Pruebas de hipótesis

Las competencias laborales del personal influyen significativamente en el nivel de satisfacción de los padres de familia. En este sentido, se puede afirmar que el nivel de satisfacción del padre de familia se ve afectado por los conocimientos, las habilidades, las actitudes, las aptitudes y los valores del personal. De acuerdo con el análisis realizado, el 85% de los padres de familia considera que las competencias del personal son de un nivel alto. De este porcentaje, el 84% tiene un nivel alto de satisfacción (aquí se concentra la mayoría de respuestas). En la tabla 13 se observan las pruebas de chi cuadrado para la hipótesis general, donde se muestra como resultado del estadístico calculado:  $X^2_0 = 31,428$ . Dado que el chi cuadrado calculado ( $X^2_0 = 31,428$ ) es mayor que el chi cuadrado crítico ( $X^2_{cr} = 9,48$ ), se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

**TABLA 13.** Pruebas de chi cuadrado para competencias laborales del personal y satisfacción del cliente

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi cuadrado de Pearson	31,428	4	,000
Razón de verosimilitud	26,489	4	,000
Asociación lineal por lineal	23,844	1	,000
Nro. de casos válidos	280		

Fuente: Elaboración propia

Los conocimientos del personal influyen significativamente en el nivel de satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en 2019. Según el análisis realizado, el 77,5% de los padres de familia considera que los conocimientos del personal son de un nivel alto. De este porcentaje, el 82% tiene un nivel alto de satisfacción (aquí se concentra la mayoría de respuestas). En la tabla 14 se observa la prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 1, lo que da como resultado del estadístico calculado:  $X^2_0 = 89,327$ . Dado que el chi cuadrado calculado ( $X^2_0 = 89,327$ ) es mayor que el chi cuadrado crítico ( $X^2_{cr} = 9,48$ ), se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

**TABLA 14.** Pruebas de chi cuadrado para conocimientos del personal y satisfacción del cliente

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi cuadrado de Pearson	89,327	4	,000
Razón de verosimilitud	79,309	4	,000
Asociación lineal por lineal	28,800	1	,000
Nro. de casos válidos	280		

Fuente: Elaboración propia

Las habilidades del personal influyen significativamente en el nivel de satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en 2019. De acuerdo con el análisis realizado, el 77,9% de los padres de familia considera que las habilidades del personal son de un nivel alto. De este porcentaje, el 83% tiene un nivel alto de satisfacción (aquí se concentra la mayoría de respuestas). En la tabla 15, se observa la prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 2, que da como resultado del estadístico calculado:  $X^2_0 = 71,858$ . Dado que el chi cuadrado calculado ( $X^2_0 = 71,858$ ) es mayor que el chi cuadrado crítico ( $X^2_{cr} = 9,48$ ), se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

**TABLA 15.** Pruebas de chi cuadrado para habilidades del personal y satisfacción del cliente

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi cuadrado de Pearson	71,858	4	,000
Razón de verosimilitud	60,282	4	,000
Asociación lineal por lineal	28,239	1	,000
Nro. de casos válidos	280		

Fuente: Elaboración propia

Las actitudes del personal influyen significativamente en el nivel de satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en 2019. De acuerdo con el análisis realizado, el 79,6% de los padres de familia considera que las actitudes del personal son de un nivel alto. De este porcentaje, el 86% tiene un nivel alto de satisfacción (aquí se concentra la mayoría de respuestas). En la tabla 16 se observa la prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 2, lo que da como resultado del estadístico calculado:  $X^2_0 = 69,905$ . Dado que el chi cuadrado calculado ( $X^2_0 = 69,905$ ) es mayor que el chi cuadrado crítico ( $X^2_{cr} = 9,48$ ), se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

**TABLA 16.** Pruebas de chi cuadrado para actitudes del personal y satisfacción del cliente

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi cuadrado de Pearson	69,905	4	,000
Razón de verosimilitud	59,948	4	,000
Asociación lineal por lineal	9,183	1	,002
Nro. de casos válidos	280		

Fuente: Elaboración propia



Las aptitudes del personal influyen significativamente en el nivel de satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en 2019. De acuerdo con el análisis realizado, el 82,1% de los padres de familia considera que las actitudes del personal son de un nivel alto. De este porcentaje, el 85,5% tiene un nivel alto de satisfacción (aquí se concentra la mayoría de respuestas). En la tabla 17 se observa la prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 2, lo que da como resultado del estadístico calculado:  $X^2_0 = 79,028$ . Dado que el chi cuadrado calculado ( $X^2_0 = 79,028$ ) es mayor que el chi cuadrado crítico ( $X^2_{cr} = 9,48$ ), se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

**TABLA 17.** Pruebas de chi cuadrado para aptitudes del personal y satisfacción del cliente

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi cuadrado de Pearson	79,028	4	,000
Razón de verosimilitud	56,233	4	,000
Asociación lineal por lineal	0,651	1	,420
Nro. de casos válidos	280		

Fuente: Elaboración propia

Los valores del personal influyen significativamente en el nivel de satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en 2019. De acuerdo con el análisis realizado, el 71,8% de los padres de familia considera que los valores del personal son de un nivel alto. De este porcentaje, el 99% tiene un nivel alto de satisfacción (aquí se concentra la mayoría de respuestas). En la tabla 18 se observa la prueba de chi cuadrado para la hipótesis específica 2, lo que da como resultado del estadístico calculado:  $X^2_0 = 234,853$ . Dado que el chi cuadrado calculado ( $X^2_0 = 234,853$ ) es mayor que el chi cuadrado crítico ( $X^2_{cr} = 9,48$ ), se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

**TABLA 18.** Pruebas de chi cuadrado para valores del personal y satisfacción del cliente

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi cuadrado de Pearson	234,853	4	,000
Razón de verosimilitud	223,820	4	,000
Asociación lineal por lineal	82,004	1	,000
Nro. de casos válidos	280		

Fuente: Elaboración propia

## Discusión

Como se ha presentado en este artículo, la categoría «competencia» se encuentra estrechamente vinculada con la segunda Revolución Industrial, pues, en concordancia con el uso de la nueva tecnología y la producción masiva, en esta etapa histórica se tuvo que replantear la preparación de la masa laboral (Cuba, 2016). En esta línea, la adopción de las nuevas «rutinas de trabajo» (Ritzer, 1993) introducen el nuevo sentido de «competencia» como una cualidad que convierte a un trabajador en «eficiente». Sin embargo, esta categoría luego se expande hacia otras dimensiones sociales, como la educación, ya sea entendida desde una perspectiva científica o desde una perspectiva pedagógica (Mora-Olate, 2020). En esta etapa también se masifican las instituciones educativas, pues estas debían proporcionar la masa laboral a la nueva industria (Ritzer, 1993).

En la psicología las «competencias» son analizadas como predictores del buen rendimiento laboral (McClelland, 1973) y son tomadas luego por la ciencia administrativa. En este campo las «competencias laborales» pueden definirse sobre la base de cinco tipos de características relacionados con los motivos, los rasgos, el autoconcepto, los conocimientos y las habilidades (Boyatzis, 1982; Spencer y Spencer, 1993). De acuerdo con Rodríguez (2007), las «competencias laborales» pueden ser analizadas en habilidades, conocimientos, actitudes, aptitudes y valores.

En esta investigación, en particular, se han analizado estas dimensiones de las «competencias laborales» en relación con la satisfacción de los clientes. El resultado más relevante es que los clientes perciben a la competencia en valores como el más importante para lograr su plena satisfacción. En otras palabras, valores como el respeto, la tolerancia, la honestidad, el trabajo en equipo, la solidaridad, etc., emergen con mayor significancia en la medición de la «competencia laboral» del personal en una institución educativa privada en Lima Metropolitana.

Este hallazgo, así como otros relacionados con una perspectiva enfocada en valores, parecen tener importantes implicancias sociales. Así, Colina y Albites (2020) proponen que los valores centrados, principalmente, en las personas podrían generar reestructuraciones importantes en las estructuras organizativas de una organización. Desde una perspectiva similar, un enfoque en valores como el trabajo en equipo o la colaboración presentan implicancias positivas en la identidad social. Como reflexionan Guanipa y Angulo (2020), «una vez asumidos los valores comunitarios, se colocan las bases para fomentar la participación ciudadana y se crea una identidad social que permita actuar sintiéndose parte importante de la comunidad» (p. 159).

Las instituciones educativas deben tomar en cuenta en el personal no solo aspectos relacionados con las habilidades, los conocimientos, las actitudes o las aptitudes, sino también los valores, como competencias que complementan la satisfacción de los padres de familia. ¿Cómo discriminar estas competencias en el personal de las instituciones educativas o de otro tipo? ¿Cómo potenciarlas? Son interrogantes que pueden ser tomadas para futuras investigación en este campo y en otros.

### **Contribución de autoría**

Liz Emperatriz Velásquez Mauricio ha participado en la concepción, la recolección de datos, el análisis, la redacción y la aprobación de la versión final del artículo.

### **Fuente de financiamiento**

Autofinanciado.

### **Potenciales conflictos de interés**

Ninguno.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Boyatzis, R. (1982). *The competent manager*. Nueva York: John Wiley & Sons.

Colina, F. y Albites, J. (2020). Aprendizaje e innovación: retos en las organizaciones del siglo XXI. *Desde el Sur*, 12(1), pp. 167-176. DOI: <https://doi.org/10.21142/DES-1201-2020-0011>

Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión integral de la calidad*. Barcelona: Profit Editorial.

Cuba, A. (2016). Constructo competencia: síntesis histórica-epistemológica. *Educación*, XXV(48), pp. 8-27.

Guanipa, L. y Angulo, M. (2020). La identidad social en la educación: hacia una participación ciudadana. *Desde el Sur*, 12(1), pp. 155-166. DOI: <https://doi.org/10.21142/DES-1201-2020-0010>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill.

Informe Final de Evaluación de la satisfacción de los padres en los colegios (2015). Arellano Marketing.

Informe Final de Evaluación de la satisfacción de los padres en los colegios (2016). NEO.

Informe Final de Evaluación de la satisfacción de los padres en los colegios (2017). NEO.

Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. Ciudad de México: Pearson Educación.

Leboyer, L. (1997). *La gestión de las competencias*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), pp. 69-74.

McClelland, D. (enero de 1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, pp. 1-14. Recuperado de <https://www.therapiebreve.be/documents/mcclelland-1973.pdf>

Mora-Olate, M. (2020). Educación como disciplina y como objeto de estudio: aportes para un debate. *Desde el Sur*, 12(1), pp. 201-211. DOI: <https://doi.org/10.21142/DES-1201-2020-0013>

Rico, R. (1998). *Total customer satisfaction*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.

Ritzer, G. (1996). *Teoría sociológica contemporánea*. Ciudad de México: McGraw-Hill.

Rodríguez, H. (2007). El paradigma de las competencias hacia una educación superior. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XV (1), pp. 145-165.

Spencer, L. M. y Spencer, S. M. (1993). *Competence at work*. Nueva York: John Wiley & Sons.

Velásquez, L. (2021). *Las competencias laborales del personal y su influencia en la satisfacción de los padres de familia de una institución educativa privada de Lima Metropolitana en el año 2019* (tesis de magíster en Gestión Empresarial). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Administrativas, Lima (en proceso de aceptación).

Recepción: 20/10/2020

Aceptación: 16/2/2021