



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de
Venezuela, Callao 2018.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Ivan José Jovino Lara Román

ASESOR:

Dr. Israel Barrutia Barreto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión del talento humano

PERÚ

2018



ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0055-2018-DPI /UCV/DA-EP-ADM-FL-C

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, presentado en la modalidad de Desarrollo de Proyecto de Investigación.

Presentado por Don:

LARA ROMÁN, IVAN JOSÉ JOVINO.

Cuyo Título es:

“GESTIÓN DEL CAMBIO Y SERVICIO AL CLIENTE EN EL COLEGIO REPÚBLICA DE VENEZUELA, CALLAO, 2018”.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:

NÚMERO	LETRAS	CONDICIÓN
16	DIECISEIS	APROBADO POR UNANIMIDAD

DESAPROBADO 00-10 PUNTOS ()
 APROBAR POR MAYORIA 11-13 PUNTOS ()
 APROBADO POR UNANIMIDAD 14-17 PUNTOS (X)
 APROBADO POR EXCELENCIA 18-20 PUNTOS ()

PRESIDENTE : DR. LEON ESPINOZA LESSNER

FIRMA

SECRETARIO : DR. BARRUTIA BARRETO ISRAEL

FIRMA

VOCAL : MGTR. LOPEZ LANDAURO RAFAEL ARTURO

FIRMA

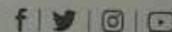
Nota: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Callao, 09 de Julio de 2018



Mgtr.
Coordinador de la Carrera Profesional de Administración
UCV-Filial Callao

Somos la universidad de los que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

DEDICATORIA

Dedicado siempre a Dios, a mi familia, pero especialmente a mi madre, la gestora de todo en mi vida, y el motivo por el cual todavía sigo aquí.

AGRADECIMIENTO

Siempre a Dios que nos da un día más de vida, a mi familia por la motivación que representan y a las docentes y amigas Yolanda Medina y Esther Olaya, por su gran ayuda.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Ivan José Jovino Lara Román con DNI N° 70451379, cumpliendo con todos los reglamentos requeridos por la Universidad César Vallejo, en la Facultad de Ciencias Empresariales, en la Escuela de Administración; afirmo que todo lo presentado en la documentación, además de la información vertida en la investigación es real y genuina.

Con todo lo mencionado me hago responsable por todo el contenido y lo expuesto en mi investigación, y si hubiese algún problema o ilegitimidad asumo las consecuencias a las que me someto, aceptando las disposiciones de la Universidad.

Callao, Julio de 2018.

Iván Lara R.

Ivan José Jovino Lara Román

PRESENTACIÓN

Respetables jurados:

Acatando todas las normas preestablecidas por la Universidad César Vallejo exhibo mi investigación que lleva por nombre “Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de Venezuela, Callao 2018”, aquella a la que expongo a su juicio aguardando la aceptación de la misma para la obtención del título Profesional de Licenciado en Administración.

Ivan José Jovino Lara Román.

Índice general

Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Resumen	x
Abstract.....	x
I. Introducción	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Trabajos previos.....	13
1.2.1. Internacionales	13
1.2.2. Nacionales	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	15
1.3.1. Variable independiente: Gestión del cambio	15
1.3.2. Variable dependiente: Servicio al cliente.....	17
1.4. Formulación del problema.....	20
1.4.1. Problema general.....	20
1.4.2. Problemas específicos	20
1.5. Justificación del estudio.....	20
1.6. Hipótesis	22
1.6.1. Hipótesis general.....	22
1.6.2. Hipótesis específicas	22
1.7. Objetivos.....	22
1.7.1. Objetivo general	22
1.7.2. Objetivos específicos.....	22
II. Método	23
2.1. Diseño de investigación	23
2.2. Variables, operacionalización	24
2.2.1. Variable independiente: Gestión del cambio	24
2.2.2. Variable dependiente: Servicio al cliente.....	26
2.2.3. Operacionalización de variables.....	29
2.3. Población y muestra.....	31
2.3.1. Población.....	31

2.3.2. Unidad de muestreo.....	31
2.3.3. Muestra.....	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	32
2.4.1. Técnica	32
2.4.2. Instrumentos de recolección de datos.....	32
2.4.3. Validez	32
2.4.4. Confiabilidad.....	33
2.5. Métodos de análisis de datos.....	34
2.6. Aspectos éticos	34
III. Resultados.....	35
3.1. Correlaciones	36
3.1.1. Correlación gestión del cambio y servicio al cliente.....	36
3.1.2. Correlación descongelamiento y servicio al cliente.....	37
3.1.3. Correlación cambio y servicio al cliente	37
3.1.4. Correlación recongelamiento y servicio al cliente	38
3.2. Prueba de hipótesis	38
3.2.1. Hipótesis general	38
3.2.2. Hipótesis específicas	40
IV. Discusión	44
V. Conclusiones.....	48
VI. Recomendaciones.....	48
VII. Referencias bibliográficas.....	49
VIII. Anexos	54
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	54
Anexo 2: Instrumento de medición.....	55
Anexo 3: Validez del instrumento	57
Anexo 4: SPSS 23 vista de datos	60

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de operacionalización de la variable gestión del cambio.....	29
Tabla 2 Matriz de operacionalización de la variable servicio al cliente.....	30
Tabla 3 Niveles de confiabilidad	33

Tabla 4 Confiabilidad gestión del cambio	33
Tabla 5 Confiabilidad servicio al cliente	34
Tabla 6 Confiabilidad gestión del cambio y servicio al cliente.....	34
Tabla 7 Frecuencias	35
Tabla 8 Tabla de correlaciones Pearson	36
Tabla 9 Correlación gestión del cambio y servicio al cliente.....	36
Tabla 10 Correlación descongelamiento y servicio al cliente	37
Tabla 11 Correlación cambio y servicio al cliente	37
Tabla 12 Correlación recongelamiento y servicio al cliente	38
Tabla 13 Prueba de la hipótesis general	39
Tabla 14 Prueba de la primera hipótesis específica.....	40
Tabla 15 Prueba de segunda hipótesis específica.....	42
Tabla 16 Prueba tercera hipótesis específica.....	43
Tabla 17 Matriz de consistencia	54
Tabla 18 Cuestionario gestión del cambio	55
Tabla 19 Cuestionario servicio al cliente	56

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Validez del instrumento primer experto	57
Ilustración 2 Validez del instrumento segundo experto	58
Ilustración 3 Validez del instrumento tercer experto.....	59
Ilustración 4 SPSS 23 vista de datos	60

RESUMEN

La investigación presenta como propósito determinar el impacto de la gestión del cambio en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018. El trabajo de tesis trabaja del modo no experimental - transversal, aplicada, explicativo – causal e hipotético deductivo. Los actores principales en esta investigación han sido los alumnos del nivel secundaria del colegio República de Venezuela, siendo nuestra población; la muestra del estudio estuvo conformada por 145 alumnos del nivel secundaria; posteriormente, al procesarse los datos e interpretarlos, se determinó que la gestión del cambio impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela.

Palabras clave: gestión del cambio, servicio al cliente.

ABSTRACT

The purpose of the research is to determine the impact of change management on customer service at the República de Venezuela school, Callao 2018. The thesis work works in a non-experimental - transversal, applied, explanatory - causal and hypothetical deductive way. The main actors in this investigation have been the students of the secondary level of the Republic of Venezuela school, being our population; the sample of the study was conformed by 145 students of the secondary level; Later, when the data were processed and interpreted, it was determined that the change management positively impacts the customer service of the República de Venezuela school.

Keywords: change management, customer service.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Tanto las personas como las organizaciones están sujetas a un fenómeno que no pueden evitar, ya sea presionados por sí mismos o por su entorno pero es una fase necesaria en ellos, al menos si quieren mejorar o en algunos casos subsistir; hablamos del cambio, fenómeno del cual no solo la persona es inherente a ella sino también las organizaciones, teniendo tal grado de influencia que puede cambiar la vida y el pensamiento de una nación.

Para entender mejor que es gestión del cambio Lewin en su teoría de cambio (1941, citado en Macías, 2016) afirma que:

[Son las acciones que se realizan en] (...) los cambios organizacionales para el logro de los objetivos y propone un modelo que indica que la organización está normalmente en un estado de equilibrio (...). Esto se representa mediante un proceso de tres etapas: [Descongelamiento, cambio y recongelamiento] (p.61).

Internacionalmente la gestión del cambio no es algo nuevo para las empresas, saben que es una constante y que tienen que adaptarse, es por eso que lo vienen aplicando desde hace años; prueba de ello es la empresa General Electric que implantó hace años la gestión del cambio y vaya que les fue bien, recaudando ganancias de 320 millones de dólares. El ex presidente ejecutivo de la empresa General Electric Jack Welch, quien impulsó dicha gestión, afirmó que el éxito estuvo en la gente, ya que fueron los responsables de esa transformación.

Actualmente, en nuestro país como fuera de él la competencia es más dura, han surgido nuevas tecnologías y la exigencia de los clientes ha aumentado abismalmente, con todo ello, está más que claro que la gestión del cambio ya no debería de ser una opción, tendría que ser una constante en las organizaciones, el hecho de superarse o no dejar que nos superen define la permanencia en el mercado y la aceptación del cliente.

Para entender más sobre la gestión del cambio, debemos de tener en claro que no solo significa implementar tecnología, nuevos procesos en la empresa, entre otros factores. La gestión del cambio implica lograr cambios con los trabajadores y no a costa de ellos, es decir, que los protagonistas del cambio en la empresa sean los colaboradores.

En el Perú se está trabajando para que se implementen en más organizaciones la gestión del cambio, aunque no todos los gerentes entiendan por completo los beneficios a las que

conlleve. Jáuregui en su investigación realizada en el año 2016 entrevistó a 101 ejecutivos de grandes empresas en el Perú; el 58% de ellos respondió que lo ven como una oportunidad para mejorar como organización, el 11% respondió que es algo necesario; sin embargo, el 21% de ejecutivos lo ve como algo negativo, mientras que el 10% afirma que es costoso. Esto nos permite decir que todavía no se entiende los beneficios que obtendríamos a través de la gestión del cambio, se tienen ideas equivocadas, como por ejemplo, el hecho de pensar que son costosas, cuando necesariamente no lo son, estos pensamientos de resistencias al cambio producen que a largo plazo esas empresas ya no estén más en el mercado. Para terminar con la idea, en dicha investigación el 61% de ejecutivos sostienen que no se les considera a los colaboradores en la implementación del cambio, siendo ese el punto clave por el cual algunos ejecutivos consideran que no tendría éxito una implementación de gestión del cambio.

El problema detectado en el colegio República de Venezuela es que tanto el personal administrativo como docente no brindan un buen servicio a los estudiantes de la institución educativa, además los profesores poseen carencias en la enseñanza afectando directamente a los alumnos, lo que también significa no brindar un buen servicio.

Todo lo mencionado en el párrafo anterior ha generado que a través de los años existan duros comentarios acerca de la institución educativa, no solo por parte de los padres de familia, ex alumnos, sino también por los propios estudiantes del colegio que manifiestan su descontento sobre la enseñanza y el trato que reciben del personal.

El colegio República de Venezuela, quien fuera uno de los más demandados del Callao en los años ochenta y noventa se fue deteriorando a tal punto que perdió ese prestigio que había ganado, actualmente la institución no tiene una buena reputación, además ya no es considerada por los padres de familia como una primera opción para sus hijos, sumándole a ello las duras críticas de su entorno.

Por tales motivos esta investigación busca determinar qué impacto tiene la gestión del cambio sobre el servicio al cliente en la institución educativa República de Venezuela buscando mejorar el servicio con sus clientes, ya sean alumnos o personas ajenas a la institución; tratar de volver a impulsar o sacar a flote a un colegio que gozaba de cierto prestigio y que en la actualidad ya no lo tiene.

Pero en todo cambio se manifiesta una resistencia, ese temor de que vaya a salir mal si se trabaja de un modo diferente, la incertidumbre; es ahí donde se generan conflictos y debates

que deben de aprovecharse, ya que, de esos conflictos, que no necesariamente son malos, nacen nuevas ideas, cosas que mejorar.

Es así como se perfecciona el cambio que se quiere aplicar en la organización, arriesgarse, pero con sentido, puesto que aún peor que el miedo, es quedarse parado sin hacer nada, viendo como los demás se alejan perdiéndose de nuestra vista y vernos a nosotros en el mismo sitio.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Internacionales

Pizarro (2013) en su estudio llamado “*Modelo de gestión de cambio organizacional para procesos de estandarización de nuevas prácticas en empresas mineras*”, hecha con la finalidad de conseguir su Maestría; en la Universidad de Chile. El autor presentó como propósito principal la creación, en base a los 8 pasos de Kotter, de un modelo de gestión del cambio para las empresas mineras. Utilizando la metodología de investigación aplicada; llegando a las siguientes conclusiones:

Existen dos factores determinantes para que se pueda dar el cambio, siendo estos el orden operacional y perspectiva de procesos, entendiendo que el progreso del cambio es cuando la gente lo lleva a cabo. Los resultados tienen que motivar al personal, convenciéndolos cada vez más. Aquellas modificaciones en la compañía tendrían que convertirse en algo estable, pudiendo ser posible que se establezca como una filosofía.

Hernández (2014) en su tesis titulada “*Propuesta e implantación de un modelo de cambio organizacional para una empresa manufacturera de joyería*”; elaborada para conseguir una Maestría en la Universidad Nacional Autónoma de México. El estudio propuso un modelo de cambio organizacional que cumpla con los requerimientos del concepto de cambio, y dé solución a los problemas detectados en la empresa Platmex S.A.; siendo una investigación aplicada, no experimental, explicativo – causal. Asimismo, la muestra constituida por la totalidad de los colaboradores de la empresa Platmex S.A.; para ello se empleó el instrumento de la entrevista. Concluyendo que la implantación de nuevo modelo de cambio organizacional logró eliminar una problemática que por años se tenía en una empresa manufacturera mexicana, que es la producción. El modelo que se desarrolló quizás no garantice el éxito del cambio en otro tipo de organización, pero puede servir como base para otro modelo a la medida.

Franco y López (2013) en su estudio llamado *“Propuesta metodológica para la gestión del cambio cultural aplicable en proyectos de Business Process Management”*; para lograr su Maestría; en la Universidad Incesi, en Colombia. El autor planteó como objetivo, el desarrollo de una propuesta metodológica para la gestión del cambio cultural aplicado en proyectos de Bussines Process Management. Empleando la metodología de investigación aplicada y recogiendo información mediante la encuesta; estas fueron sus conclusiones:

Muchas veces son las personas a las que no se toman en consideración como prioridad para la ejecución o desarrollo de los procesos, cuando son piezas fundamentales. Estos oponen resistencia cuando se les obliga a adaptarse al cambio y no se les orienta a que lo acepten diciéndoles los resultados positivos que tendrían. Suele ocurrir en distintos escenarios dar mayor interés a los aspectos tecnológicos. Asimismo, es crucial tener en cuenta a las personas que son externas a la organización como clientes, proveedores, etcétera, puesto que las relaciones externas forman parte considerable del crecimiento de una organización.

1.2.2. Nacionales

Rojas (2017) elaboró el estudio de *“Calidad del Servicio y Gestión del cambio en la Institución Educativa 1047 Juana Infantes Vera - Agustino 2017”*, para conseguir su Maestría; referente de la Universidad César Vallejo, en Perú. Planteando como objetivo, determinar la relación entre la calidad del servicio y la gestión de cambio en la institución educativa 1047 Juana Infantes Vera-Agustino 2017. El autor utilizó la metodología hipotético deductivo, transversal – correlacional. La muestra está conformada por la población equivalente a 156 docentes del colegio Juana Infantes Vera – Agustino; además utilizó como instrumento de investigación el cuestionario. Permitiéndole brindar un resultado de 0,684 de correlación según Spearman demostrando la relación significativa entre la calidad de servicio y la gestión del cambio en esa institución educativa.

Tirado (2014) realizó su tesis que lleva por nombre *“Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, en el colegio químico farmacéutico de La libertad – Trujillo”*, para lograr su Licenciatura en la Universidad Nacional de Trujillo en Perú. Siendo su objetivo determinar la influencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio al cliente. Su investigación fue no experimental, transversal – transeccional y explicativo – correlacional. En la investigación la población está constituida por 1700 profesionales agremiados en el colegio ya mencionado, asimismo, su muestra equivale a 91 agremiados; además empleó la entrevista y encuesta como técnica e instrumento de investigación.

Llegando a concluir que existe una influencia entre las dos variables, ya que en la actualidad muestra fragilidad tanto en sus recursos humanos como en su gestión tecnológica, además por el peligro de hurtos en la cercanía del local, lo que produce una deficiente calidad del servicio.

Quispe (2016) en su investigación titulada “*Gestión del cambio organizacional y productividad de los colaboradores del área de negocios en la entidad financiera Mi banco S.A. agencia Mariscal Cáceres, Lima 2016*”, realizado para la obtención profesional de su Licenciatura; en la Universidad César Vallejo, en Perú. Siendo su objetivo principal, determinar la relación entre la gestión del cambio y la productividad. Siendo una investigación no experimental, de tipo transversal, definiéndose como cuantitativo; la investigación tuvo una muestra conformada por 30 colaboradores. Por otro lado, sus herramientas de recojo de información fueron la técnica de la entrevista y el instrumento del cuestionario. Concluyendo que existe relación significativa entre ambas variables; al realizarse una gestión de cambio adecuada la productividad sería favorable, teniendo en consideración la dimensión humana y organizativa del cambio.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable independiente: Gestión del cambio

Teoría de gestión del cambio por Kurt Lewin

Según Lewin (1941, citado en Macías, 2016) afirma que:

[Son las acciones que se realizan en] (...) los cambios organizacionales para el logro de los objetivos y propone un modelo que indica que la organización está normalmente en un estado de equilibrio (...). Esto se representa mediante un proceso de tres etapas: [Descongelamiento, cambio y recongelamiento] (p.61).

Lewin tiene una teoría fascinante aplicada en tres pasos que parecen muy sencillos, además de cortos, pero que es mucho más complejo y tedioso de lo que se cree; en él aplica el hecho de ir quitando, ya sea en una persona u organización, un hábito, lo que le llama descongelamiento; para después dar paso al movimiento es decir actitudes que vayan desprendiendo en el individuo aquel hábito, finalmente y una vez que la persona dejó de ese mal hábito y ya tiene nuevas actitudes, destrezas o conocimientos, la misión es estabilizar esa nueva conducta y que ahora ese sea el patrón del individuo o empresa, lo llamado recongelamiento.

Gestión

Sobre la gestión en las organizaciones Rubio (2008) refiere lo siguiente:

Mantiene un vínculo íntimo con el entorno natural de las organizaciones, resaltando el cambio en la tecnología. (...) Sin embargo, se debe de enfocar en las personas, sin importar el tamaño de la organización (...) es por ello que se debe estar atento a los cambios que puedan aparecer empleando todos los componentes para estar preparados a los cambios, centralizando los beneficios a los clientes y la comunidad en sí. La gestión, se relaciona estrechamente con la naturaleza cambiante del entorno de las empresas, sobre todo, los cambios tecnológicos (p.16).

Rubio dice que existe una brecha muy corta entre la gestión y el ambiente externo de la empresa, haciendo alusión a los cambios constantes de la tecnología, además afirma que las personas son los protagonistas de la gestión en las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas; se concuerda con la idea del autor, sin embargo, hay un punto resaltante en su argumentación cuando menciona que las organizaciones también deben estar atentos a los cambios internos, utilizando todos sus recursos para no ser sorprendidos siendo los beneficiarios sus clientes y su comunidad.

Teoría de los 8 pasos de Kotter

Kotter (como se citó en Macías, 2016) nos instruye a seguir estos pasos para un cambio en la organización, mencionándolos a continuación:

Crear un sentido de urgencia, crear la coalición-guía, desarrollar una visión y una estrategia, comunicar la visión de cambio, facultar a los empleados para accionar ampliamente, generar triunfos a corto plazo, consolidar los logros y producir más cambios, afianzar los nuevos enfoques en la cultura (pp. 63-64).

Kotter en su teoría de los ocho pasos nos muestra el proceso que debe de seguirse para alcanzar el cambio deseado en las organizaciones, una teoría que sin duda alguna fundamenta la motivación de sus integrantes, asimismo de la participación de ellos, además no finaliza en ese octavo paso, si no que es un proceso continuo, donde el octavo paso vendría a ser el comienzo de un nuevo proceso las veces que sean necesarias para la organización.

La resistencia al cambio

Zimmermann (2000, citado en Machado, Suset, Martín y Funes-Monzote, 2009) nos dice que “La resistencia al cambio es una manifestación de la preocupación de que no se podrá dominar lo nuevo con la experiencia propia y con las estrategias de acción de que dispone (...)” (p.9).

En todo cambio personal o idea de cambio en alguna entidad donde nos encontremos habrá resistencia, algo natural en el ser humano, cómo no manifestarlo cuando venimos haciendo lo mismo por mucho tiempo para que después nos digan que lo cambiemos, pero no toda resistencia es mala, se puede aprovechar; las opiniones o dudas que tengan las personas resistentes al cambio ayudan a aclarar mejor la idea, asimismo ayuda al involucramiento de más personas, por lo tanto hay que entender esa resistencia que se manifiesta sabiéndola llevar para nuestro beneficio.

Los Cambios planeados

Stoner, Freeman y Gilbert (1996) mencionan lo siguiente: “Los cambios planeados pretenden preparar a la organización entera, o una parte importante de la misma, para que se adapte a cambios significativos en las metas y la dirección de la organización” (p. 452).

Estos tres autores con Stoner a la cabeza señalan que el cambio planeado es una gran ayuda para toda una organización o si solo se quiere replantear un área, departamento, un lugar en específico de la empresa, pero eso sí, prepara a la organización a mayores retos y cambios radicales que se pueden suscitar en los nuevos objetivos, procesos futuros o cualquier otro cambio brusco que se produzca en la empresa.

1.3.2. Variable dependiente: Servicio al cliente

Servicio al cliente

Según Restrepo, Restrepo y Estrada (2006, citado en Ramírez, 2016) afirman que:

(...) está enmarcado en atraer, conquistar y mantener la fidelidad del usuario, resultado de la gestión administrativa de las relaciones con el cliente donde se satisfagan las [necesidades]. La prestación del servicio requiere de recursos materiales, [tecnológicos], financieros y lo más importante de todo el ser humano, quien pone su alma en el servir (p.11).

Los autores afirman que el servicio al cliente es una secuencia donde en todos sus pasos la referencia es el cliente con la finalidad de cumplir sus expectativas; ellos también ratifican que prestar un servicio va más allá de recursos financieros, tecnológicos y materiales, para ellos lo fundamental es la vocación de servir; algo muy cierto ya que muchas veces hemos frecuentado lugares con buena infraestructura otros con muy buena decoración, haciendo muy agradable el lugar, sin embargo, cuando nos atienden no saben lo que nos ofrecen o simplemente nos atienden de mala manera.

Clientes

Gosso (2008) define a los clientes como:

La razón de la existencia de las empresas (...) son los que hacen posible que se paguen los sueldos, las vacaciones y el seguro social, entre otros beneficios.

(...) los clientes demandan mayor calidad en el servicio (...). Compran servicios personalizados. Buscan una eficiente gestión del tiempo empleado en cada prestación del servicio que se les brinda (p. 69).

Gosso sustenta la importancia de los clientes en una organización, afirmando que son los responsables de los compromisos financieros; algo cierto, debido a que son ellos quienes hacen posible la existencia de las empresas si no fuera así quebrarían. También recalca la evolución que han tenido los clientes en el paso de los años; antes los clientes se conformaban con poco, era muy difícil ver que se quejaran además de ser muy fáciles de persuadir. En la actualidad, ya no es así, ahora son muy exigentes, no se conforman con poco, tienen poder de negociación y sobre todo están muy informados, siendo muy difíciles de persuadir o engañar.

Servicio

Paz (2005) explica el servicio del siguiente modo:

El servicio (...) es (...) un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo (pp. 1-2).

El autor nos dice que si las organizaciones quieren permanecer en el mercado el servicio no debería ser una opción, sino, algo vital en ellas. Además las organizaciones pueden mejorar

su servicio al cliente si se lo proponen; y deberían de hacerlo, porque en esta etapa donde la competencia es feroz y se busca anticiparse a la competencia, ser el que dé ese primer paso marcaría territorio en el mercado.

Modelo de las cuatro brechas

Zeithaml, Berry y Parasuraman (1993, citados por Martínez, 2012) propusieron esta teoría afirmando que es:

(...) un modelo (...), [que] identifica las principales deficiencias que las empresas tienen en cuanto al servicio brindado al cliente. Dichas diferencias se agrupan en cuatro categorías (...). La empresa no sabe lo que el cliente espera, la empresa no ha elegido los diseños y estándares de servicio correctos, la empresa no entrega el servicio de acuerdo con los estándares correctos, la empresa no tiene un desempeño acorde a sus propias promesas (p.1).

Lo que nos quieren decir los autores es como se forman las brechas entre el cliente y la organización en base al servicio al cliente. Se expone la percepción que tiene el cliente ante el servicio porque así se lo hace saber la empresa o porque está implementado en ella, y como éste no le es retribuido. También por falta de conocimiento acerca de sus clientes y por no establecer diseños y estándares de servicio, todo esto genera que improvisen en el momento generando las brechas entre ellos.

Triángulo del servicio

Los autores Albrecht y Zemke (1985, citados en Restrepo, Restrepo y Estrada, 2006) hablan al respecto, diciendo que “Permite concebir el servicio como un todo, que se encadena y que actúa alrededor del cliente, con relaciones entre la estrategia, la gente y el sistema” (p.289).

Los autores relatan como el servicio lo es todo y va sujeto al cliente desempeñándose en él; explica que tiene tres variables que alrededor del cliente. La estrategia al servicio es algo que todos en la empresa deben de llevar a cabo, absolutamente todos, desde el que está en la cima del organigrama hasta el personal que está en la base de ella; también hablan de la gente, aquellos que conocen la promesa de la organización en el servicio deben de entenderlo y cumplirlo; finalmente hablan del sistema, instrumentos que utilizan para la prestación del servicio tanto para los colaboradores como para los clientes.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cómo impactaría la gestión del cambio en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cómo impactaría el descongelamiento de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018?

¿Cómo impactaría el cambio de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018?

¿Cómo impactaría el recongelamiento de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018?

1.5. Justificación del estudio

La indagación en este tema ha sido una experiencia agradable y enriquecedora, sin embargo, el motivo real de la investigación se produce por la percepción de carencias que posee un colegio a nivel de gestión y como ésta brinda un servicio a la sociedad, para ser más exactos a los jóvenes del Callao, servicio que no satisface a sus receptores manifestándolo a través de múltiples quejas y comentarios negativos a la institución educativa. Además otro motivo preocupante que impulsó a hacer esta investigación, es ver como la gran mayoría de estudiantes egresados del colegio no siguen estudios universitarios o técnicos, quedándose solo con la formación básica aprendida en su etapa colegial.

Lamentablemente los estudiantes, al menos casi en su totalidad, que estudiaron en el República de Venezuela solo aspiran a cargos de bajo rango en las empresas, otros trabajan de manera independiente pero en trabajos como moto taxistas, o cobradores en las combis, entre otras actividades de menor rango; incluso hay un gran porcentaje de ex alumnos que se dedican a la delincuencia teniendo desenlaces desastrosos. Algo sin duda alarmante que despertó la necesidad de investigar a fondo al colegio República de Venezuela ubicada en Callao Cercado.

Es por ello que el aporte que se desea brindar al colegio se basa en investigaciones y teorías que fueron estudiadas y seleccionadas pensando en la problemática de esta investigación, a su vez como encajaría en la institución educativa la teoría que finalmente se eligió para la

posible aplicación en el colegio República de Venezuela, asimismo de los conocimientos adquiridos sobre la administración en nuestra formación universitaria, conocimientos que sin duda ayudarán a enfrentar la problemática. Se trata de determinar como una gestión del cambio impactaría de manera positiva en el colegio, basada en la teoría de Kurt Lewin y como ésta a su vez reflejaría un mejor servicio al cliente siendo los mayores beneficiados los alumnos; otorgando de ese modo el aporte que se quiere brindar al colegio.

Si bien es cierto que los mayores beneficiados serían los alumnos, la institución educativa también lo sería, puesto que ellos brindan un servicio a su comunidad, que de por sí no es bueno, entonces empezar a brindar un buen servicio iniciando por lo más importante del colegio que son sus alumnos reflejaría un cambio, eso lo observarían fuera del colegio los padres de familia y la comunidad, comenzando a tener otra percepción, recuperando paso a paso el prestigio con el que contaba, volviendo de esa manera a sus inicios de gloria y calidad educativa.

Todo lo comentado líneas atrás es más que conveniente debido a la urgencia de un cambio en la institución educativa por los resultados que da, reflejado en los alumnos y en su futuro no prometedor. Esto conllevaría a tener un gran nivel de significancia en la sociedad, porque se estarían formando mejores ciudadanos que a futuro se convertirán en grandes profesionales y sobre todo en personas, defendiéndose de los acosos callejeros con armas intelectuales, alejándose de ese mundo hostil. Toda esta investigación no solo se podría utilizar en colegios, va más allá, se trata de una gestión del cambio que no solo aplica en empresas públicas o privadas, tiene más trascendencia que ello, se puede tomar desde muchos enfoques adaptándolo a individuos o poblaciones, por ello la práctica de esta investigación podría adherirse a futuro en otras investigaciones. Por lo tanto, todo lo investigado tiene gran valor, ya que todo lo que se ha comentado tiene sustentación en diferentes autores, lo que recalca la importancia de esta investigación al momento de su aplicación, buscando principalmente el bienestar de una sociedad.

La presente tesis refleja un impacto social y económico, abarca el campo social porque busca por medio del servicio al cliente llegar a los alumnos y que estos reciban una buena educación, es una de las cosas mínimas que merecen, eso les permitirá abrirse a nuevas oportunidades, saber defenderse mejor en la sociedad, intentar tener un mejor futuro; en conclusión formar personas y no hacerles creer que el dinero y status lo son todo. Por otro lado, abarca el campo económico porque al formar ciudadanos con ideales sólidos en el

emprendimiento y superación de sí mismos, saldrán a formar sus propios negocios o empresas o en todo caso trabajar en su profesión, dejando de lado la ociosidad y mediocridad, eso contribuye a la economía del país ya que serían más personas declarando sus impuestos además de que disminuiría el nacimiento de más delincuentes en el país que no contribuyen para nada en el desarrollo económico del Perú.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

La gestión del cambio impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

1.6.2. Hipótesis específicas

El descongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

El cambio de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

El recongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar el impacto de la gestión del cambio en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

1.7.2. Objetivos específicos

Determinar el impacto del descongelamiento de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

Determinar el impacto del cambio de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

Determinar el impacto del recongelamiento de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, Cortés e Iglesias (2004) brindan su definición diciendo que “La investigación no experimental es la que no manipula deliberadamente las variables a estudiar” (p.27).

Además la investigación es **transversal**, por ello Cortés e Iglesias (2004) manifiestan su comentario afirmando que “Recolectan los datos en un solo momento, en un tiempo único” (p.27).

Asimismo, el **método de investigación es hipotético – deductivo** es por ello que se cita a Behar (2008) que nos da su apreciación de este método diciendo que:

(...) consiste en saber cómo la verdad o falsedad del enunciado básico dice acerca de la verdad o la falsedad de la hipótesis que ponemos a prueba (...).

(...) ponerlas a prueba consiste en buscar sus contraejemplos con toda decisión y ver que no se cumplen, para seguir sosteniéndolas. La ética que el método hipotético-deductivo exige del científico es que proponga los más exigentes contraejemplos, y compruebe que no se cumplen. Afirmer la hipótesis significa, fundamentalmente, refutar los contraejemplos. (...) (p.41).

La tesis es de **tipo aplicada** y Behar (2008) es uno de los autores que habla de ella afirmando que el tipo de investigación aplicada “(...) busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren” (p.20).

La investigación es de **nivel explicativo** Cortés e Iglesias (2004) se pronuncian definiéndolo de la siguiente manera: “(...) van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos, están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales” (p.21).

También la investigación es de **nivel causal**, por ello Tam, Vega y Oliveros (2008) nos brindan su definición acerca de este nivel afirmando que “(...) mide la relación funcional causa – efecto entre una variable independiente y una variable dependiente” (p.149).

El enfoque de investigación es cuantitativo, los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010) se pronuncian diciendo que “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para (...) probar teorías” (p.4).

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1. Variable independiente: Gestión del cambio

Definición conceptual:

Según Lewin (1941, citado en Macías, 2016) afirma que:

[Son las acciones que se realizan en] (...) los cambios organizacionales para el logro de los objetivos y propone un modelo que indica que la organización está normalmente en un estado de equilibrio (...). Esto se representa mediante un proceso de tres etapas: [Descongelamiento, cambio y recongelamiento] (p.61).

Dimensión descongelamiento

Franco y López (2013) afirman que el descongelamiento es “(...) lograr que la gente se sienta insatisfecha con el estado actual que además, estén convencidos de la necesidad del cambio, y finalmente, que se sientan dispuestos y motivados para enfrentar el cambio” (p.43).

Quiere decir que el descongelamiento es crear la necesidad de un cambio en la persona, hacerle notar que las conductas actuales que posee no son buenas y que el cambio es favorable, para ello debe de existir una motivación por parte del individuo, ya que si él no está convencido del cambio es muy difícil que lo logre.

Indicadores

Necesidad

Astudillo y Talbot (2008) afirman que es “Un componente básico del ser humano que afecta su comportamiento (...), ya que las personas sentimos la falta de algo para poder sobrevivir o sencillamente para estar mejor” (p.36).

Motivación

Para Robbins y Judge (2013) son “(...) los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo” (p.202).

Dimensión cambio

Chiavenato (2009) lo define como “[El descubrimiento y adopción] de nuevas actitudes, valores (...). El cambio es la fase en la cual se aprenden nuevas ideas y prácticas y las personas empiezan a pensar y a trabajar de otra manera” (p.416).

Stoner (citado por Garzón, 2005) asegura que “El cambio necesita un agente de cambio [entrenado], que lidere a los individuos, los grupos o a toda la organización, durante el proceso” (p.105).

Este segundo paso quiere decir el desplazamiento de la persona hacia el cambio; adoptando nuevas actitudes, nuevos valores; para que esto suceda la persona necesita un líder, puesto que es difícil cambiar, y si se le deja solo lo más probable es que la persona vaya a recaer, necesita un guía.

Indicadores

Actitudes

Robbins y Judge (2013) sostienen que “Las actitudes son enunciados de evaluación — favorables o desfavorables— acerca de objetos, individuos o eventos. Reflejan cómo se siente alguien con respecto a algo” (p.70).

Valores

Según Robbins y Judge (2013) son “(...) convicciones fundamentales (...) a nivel personal y social (...). Contienen un elemento de criterio que incluye ideas personales sobre lo que es correcto, bueno o deseable” (p.144).

Liderazgo

Robbins y Judge (2013) sostienen que es “(...) la habilidad para influir en un grupo y dirigirlo hacia el logro de un objetivo o un conjunto de metas” (p.368).

Dimensión recongelamiento

Chiavenato (2009) afirma que “Es la incorporación de una nueva pauta de comportamiento por medio de mecanismos de apoyo y de refuerzo para que se convierta en la nueva norma” (p.416).

Cuando el individuo llega a este último paso, quiere decir que ya adoptó nuevos comportamientos, que ya los hizo propios y los practica en su vida cotidiana o en las funciones de su trabajo; sin embargo, deben de reforzarlo constantemente para asegurar que el cambio perdure en él.

Indicadores

Reforzamiento

Domjan (2009) sostiene que es un “Programa o regla que determina cómo y cuándo la ocurrencia de una respuesta irá seguida por la administración de un reforzador” (p.190).

Comportamiento

Robbins y Judge (2013) señalan que “(...) es un campo de estudio que investiga el efecto que tienen los individuos, los grupos y la estructura (...) dentro de las organizaciones (...)” (p.10).

2.2.2. Variable dependiente: Servicio al cliente

Definición conceptual:

Según Restrepo, Restrepo, Estrada (2006, citado en Ramírez, 2016) afirman que:

(...) está enmarcado en atraer, conquistar y mantener la fidelidad del usuario, resultado de la gestión administrativa de las relaciones con el cliente donde se satisfagan las [necesidades]. La prestación del servicio requiere de recursos materiales, [tecnológicos], financieros y lo más importante de todo el ser humano, quien pone su alma en el servir (p.11).

Dimensión recursos materiales

Reyes (2007) nos dice que los recursos materiales de la empresa son “(...) las instalaciones; (...) la maquinaria (...), y los equipos, (...) en éstos se realizan para adaptarlos a la labor productiva” (p.153).

Los recursos materiales son los bienes tangibles que le pertenecen a la empresa, entre ellos se encuentran la infraestructura, las maquinarias y equipos, todo esto es utilizado con la finalidad de brindar un buen servicio a sus clientes.

Indicadores

Infraestructura

Los autores Evans y Lindsay (2008) afirman que “Infraestructura se refiere a los sistemas administrativos básicos necesarios para operar de manera eficiente y poner en práctica los principios de la calidad total” (pp.23-24).

Maquinarias

Reyes (2007) resalta que las maquinarias son aquellas “(...) que [tienen] por objeto multiplicar la capacidad productiva del trabajo humano (...)” (p.153).

Equipos

Reyes (2007) dice que son “(...) todos aquellos instrumentos o herramientas que complementan y aplican más al detalle la acción de la maquinaria” (p.153).

Dimensión recursos tecnológicos

Tirado (2014) menciona que son “(...) un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (computadoras, máquinas, otros equipos) o intangibles (un sistema, un procedimiento, una aplicación virtual)” (p.19).

Son los medios de la empresa que ayudan en la coordinación, rapidez, además pueden ser tangibles e intangibles entre ellos podemos encontrar a las tecnologías, gran apoyo para las organizaciones, por lo general si las organizaciones no tienen tecnología actual difícilmente pueden competir en el mercado; por otro lado están los sistemas, secuencia que permite la agilidad de los procesos en una organización desde su inicio hasta el final.

Indicadores

Tecnología

Bravo (2011) menciona que “(...) la tecnología se entiende (...) como el apoyo de los procesos a través de medios mecánicos y electrónicos” (p.21).

Sistemas

Reyes (2007) afirma que “Son las relaciones estables en que deben coordinarse las diversas cosas, las diversas personas, o éstas con aquellas. Puede decirse que son los bienes inmateriales de la empresa” (p.154).

Dimensión recursos financieros

Chiavenato (2001) nos dice lo siguiente “Se refieren al dinero - en forma de capital, flujo de caja (entradas y salidas), empréstitos, financiación, créditos, etc. - de disponibilidad inmediata o mediata para enfrentar los compromisos de la empresa” (pp.52-53).

Son los recursos económicos y monetarios que poseen las instituciones, pueden llegar a ella de manera propia o ajena, representa un recurso fundamental porque es necesaria para la

realización de sus actividades. Para el colegio se tomará como indicadores el presupuesto y costos.

Indicadores

Presupuesto

El autor Muñiz (2009) lo define de la siguiente manera “(...) expresa la forma en que se van aplicar los recursos disponibles en el futuro para conseguir los objetivos (...)” (p.17).

Costos

Hornngren, Datar y Foster (2007) mencionan que “Los costos se definen como variables o fijos con respecto a una actividad específica y por un periodo determinado” (p.30).

Dimensión recursos humanos

Chiavenato (2011) afirma que “Constituyen el único recurso vivo y dinámico de la organización (...). Las personas aportan a las organizaciones sus habilidades, conocimientos, actitudes, conducta, percepciones, etcétera [en base a sus relaciones]” (p.81).

Son aquellos que tienen inteligencia propia y pueden aportar nuevas ideas, habilidades y destrezas, entre otras competencias, son tan valiosos que hasta hay autores que se rehúsan a llamarlos recursos, puesto que sus dotes hacen que estas personas manipulen los demás recursos de una organización, son personas y por tanto son imprescindibles.

Indicadores

Las personas

Chiavenato (2011) afirma que “Las personas en su conjunto constituyen el capital humano de la organización. (...). Por tanto, ese capital vale más en la medida en que influya en las acciones y destinos de la organización (...)” (p.58).

Relaciones humanas

Chiavenato (2011) menciona que es “(...) el intercambio de sus recursos con ciertas expectativas. Esos recursos se intercambian constantemente y (...) abarcan (...) ideas, sentimientos, habilidades y valores” (p.69).

2.2.3. Operacionalización de variables

Tabla 1 Matriz de operacionalización de la variable gestión del cambio

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
Gestión del cambio (Variable independiente)	Según Lewin (1941, citado en Macías, 2016) afirma que:	La variable independiente fue medida por un cuestionario.	Descongelamiento	Necesidad	1	Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman lo siguiente. Nivel de medición ordinal: Las categorías mantienen un orden de mayor a menor, indicando jerarquías. (p.215). Nivel de medición de razón: Además de tener intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario. (p.216).
	Motivación			2,3		
	Actitudes			4		
	Recongelamiento		Valores	5,6		
			Liderazgo	7,8		
			Reforzamiento	9		
			Comportamiento	10		
[Son las acciones que se realizan en] (...) los cambios organizacionales para el logro de los objetivos y propone un modelo que indica que la organización está normalmente en un estado de equilibrio (...). Esto se representa mediante un proceso de tres etapas: [Descongelamiento, cambio y recongelamiento] (p.61).						

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Matriz de operacionalización de la variable servicio al cliente

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
Servicio al cliente (Variable dependiente)	Según Restrepo, Restrepo, Estrada (2006, citado en Ramírez, 2016) afirman que: (...) está enmarcado en atraer, conquistar y mantener la fidelidad del usuario, resultado de la gestión administrativa de las relaciones con el cliente donde se satisfagan las [necesidades]. La prestación del servicio requiere de recursos materiales, [tecnológicos], financieros y lo más importante de todo el ser humano, quien pone su alma en el servir (p.11).	La variable dependiente fue medida por un cuestionario.	Recursos materiales	Infraestructura	1	Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman lo siguiente. Nivel de medición ordinal: Las categorías mantienen un orden de mayor a menor, indicando jerarquías. (p.215). Nivel de medición de razón: Además de tener intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario. (p.216).
				Maquinarias	2	
				Equipos	3	
				Tecnología	4,5	
			Recursos tecnológicos	Sistemas	6	
				Recursos financieros	Presupuesto	
			Recursos humanos	Costos	8	
				Personas	9	
			Relaciones humanas	10		

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Niño (2011) asegura que “(...) la población (...), constituida por una totalidad de unidades, vale decir, por todos aquellos elementos (personas, animales, objetos, sucesos, fenómenos, etcétera) que pueden conformar el ámbito de una investigación” (p.55).

La población para este estudio equivale a 232 alumnos del colegio República de Venezuela del nivel secundaria matriculados en el año 2018. Se afirma la información sobre la cantidad de alumnos por las fichas de matrícula que posee el colegio.

2.3.2. Unidad de muestreo

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) “(...) se centra (...) los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio” (p.172).

Para este caso está conformado por cada aula de clases del nivel secundaria del colegio República de Venezuela matriculados en el año 2018.

2.3.3. Muestra

Según Behar (2008) “La muestra es (...) un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto (...) que llamamos población” (p.51).

Asimismo el tipo de muestra es probabilístico – aleatorio simple, al tanto Salkind (1999) señala que “Cada individuo de la población presenta una probabilidad independiente e igual de salir elegido como parte de la muestra” (p. 97).

Teniendo en cuenta lo manifestado por el autor además de la aplicación de la fórmula, se determina la muestra.

Fórmula:

$$n = \frac{k^2 P * Q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96^2 0.5 * 0.5 * 232}{(0.05^2 * (232 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 145$$

Según la fórmula y empleando todos los datos correspondientes, la muestra para la investigación en el colegio República de Venezuela es de 145 alumnos del nivel secundaria matriculados en el año 2018.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica

En esta investigación la técnica es la encuesta, puesto que a través de ella se recopila la información deseada, esto sucede porque se recoge las opiniones de los individuos de la población y en base a ella se puede determinar, en cierta medida, la idea de una población o lo que piensa acerca de algo.

Según Behar (2008) explica que “(...) las encuestas recogen información de una porción de la población de interés (...) a cada individuo se le hacen las mismas preguntas (...)” (p.62).

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento seleccionado es el cuestionario que consta de una serie de preguntas que se le hace a la muestra en estudio, formulando preguntas que vayan acorde con lo que queremos saber y de esa manera obtener los datos deseados.

El cuestionario está orientado en base a dos variables, para la primera variable; gestión del cambio; se formuló 10 preguntas. Para la segunda variable; servicio al cliente; se formuló también 10 preguntas. Cabe resaltar que el cuestionario con 20 preguntas está dirigido a los alumnos del colegio República de Venezuela del nivel secundaria matriculados en el año 2018.

Según Behar (2008) dice que es “(...) un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p.64).

2.4.3. Validez

Niño (2011) asegura que “(...) es una cualidad del instrumento que consiste en (...) medir la variable (...), es decir, que sea el instrumento preciso, el adecuado” (p.87).

El instrumento utilizado para la investigación fue revisado y aprobado por juicio de expertos, de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo en Perú, éstos fueron:

- a) Dr. Israel Barrutia Barreto
- b) Dr. Lessner Augusto León Espinoza

c) Mag. Rafael López Landauro

2.4.4. Confiabilidad

Niño (2011) afirma que “La confiabilidad es un rigor principal, ya que nos asegura lo exacto y verdadero de los datos. Esto se comprueba cuando el instrumento ha sido empleado en diferentes tiempos arrojando resultados iguales” (p.87).

Según el autor la confiabilidad quiere decir como el instrumento es puesto a prueba en más de un contexto o escenario, y como éste debe de arrojar los mismos resultados, de esta manera se asegura su exactitud y veracidad probando su confiabilidad.

Tabla 3 Niveles de confiabilidad

Coeficiente	Relación
0	Nula Confiabilidad
0.70	Aceptable Confiabilidad
0.90	Elevada Confiabilidad
1.00	Máxima confiabilidad

Fuente: Elaboración propia

El método del alfa de Cronbrach se usó para la confiabilidad del instrumento, se ingresaron los datos previamente recolectados al SPSS 23, datos que se realizaron a la muestra de 145 alumnos de nivel secundaria del colegio República de Venezuela del Callao, formulando 20 preguntas.

Variable 1: Gestión del cambio

Tabla 4 Confiabilidad gestión del cambio

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	145	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	145	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	10

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

Fuente: Elaboración propia SPSS

El estadístico de confiabilidad para la variable independiente arrojó un valor de 0,913; demostrando que la elaboración del instrumento es considerada de elevada confiabilidad.

Variable 2: Servicio al cliente

Tabla 5 Confiabilidad servicio al cliente

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	145	100,0	,905	10
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	145	100,0		

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

Fuente: Elaboración propia SPSS

El estadístico de confiabilidad para la variable dependiente arrojó un valor de 0,905; demostrando que la elaboración del instrumento es considerada de elevada confiabilidad.

Variable 1 y 2: Gestión del cambio y servicio al cliente

Tabla 6 Confiabilidad gestión del cambio y servicio al cliente

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	145	100,0	,946	20
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	145	100,0		

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

Fuente: Elaboración propia SPSS

El estadístico de confiabilidad para ambas variables arrojó un valor de 0,946; demostrando que la elaboración de los instrumentos es considerada de elevada confiabilidad.

2.5. Métodos de análisis de datos

Las comprobaciones estadísticas en la investigación, estuvieron a cargo del SPSS 23 quien determinó el alfa de Cronbrach, importante para la medición de la confiabilidad del instrumento, asimismo expertos dictaminaron la validez del cuestionario.

2.6. Aspectos éticos

Empleabilidad de la información: Solo se utilizó la información para la investigación y no para otros fines, respetando de esta manera la identidad de los encuestados en todo momento.

Valor social: Para la investigación participaron 145 alumnos de nivel secundaria del colegio República de Venezuela del Callao, de esta manera contribuyen al mejoramiento de su institución educativa, siendo partícipes voluntarios o escogidos por sus auxiliares, pero que en ningún momento fueron obligados a participar en la encuesta.

Validez científica: La información mostrada en esta investigación es sustentada en base a autores que hablan de los temas vistos previamente, de esta manera le dan mayor validez teórica, no alterando la idea de los autores, ni de la investigación.

III. RESULTADOS

Tabla 7 Frecuencias

CUADRO RESUMEN DE FRECUENCIAS	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total encuestados
	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	
Gestión del cambio			7	4,8	7	4,8	43	29,7	88	60,7	145
Servicio al cliente			15	10,3	15	10,3	100	69,1	15	10,3	145
Dimensiones											
Descongelamiento			3	2,1	7	4,8	61	42,1	74	51	145
Cambio	7	4,8			14	9,7	49	33,8	75	51,7	145
Recongelamiento			1	0,7	14	9,7	57	39,3	73	50,3	145

Fuente: Elaboración propia

3.1. Correlaciones

A continuación, se presenta la tabla de correlaciones Pearson:

Tabla 8 Tabla de correlaciones Pearson

Coeficiente	Tipo de correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2010).

3.1.1. Correlación gestión del cambio y servicio al cliente

Tabla 9 Correlación gestión del cambio y servicio al cliente

Correlaciones			
		Gestión del cambio	Servicio al cliente
Gestión del cambio	Correlación de Pearson	1	,693**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	145	145
Servicio al cliente	Correlación de Pearson	,693**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	145	145

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Como muestra la tabla 9, existe una correlación entre la variable independiente gestión del cambio y la variable dependiente servicio al cliente, ya que poseen una correlación según el estadístico Pearson de 0,693; representando una correlación positiva media.

3.1.2. Correlación descongelamiento y servicio al cliente

Tabla 10 Correlación descongelamiento y servicio al cliente

		Correlaciones	
		Descongelamiento	Servicio al cliente
Descongelamiento	Correlación de Pearson	1	,501**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	145	145
Servicio al cliente	Correlación de Pearson	,501**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	145	145

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Como muestra la tabla 10, existe una correlación entre la dimensión descongelamiento y la variable dependiente servicio al cliente, ya que poseen una correlación según el estadístico Pearson de 0,501; representando una correlación positiva media.

3.1.3. Correlación cambio y servicio al cliente

Tabla 11 Correlación cambio y servicio al cliente

		Correlaciones	
		Cambio	Servicio al cliente
Cambio	Correlación de Pearson	1	,693**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	145	145
Servicio al cliente	Correlación de Pearson	,693**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	145	145

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS

Como muestra la tabla 11, existe una correlación entre la dimensión cambio y la variable dependiente servicio al cliente, ya que poseen una correlación según el estadístico Pearson de 0,693; representando una correlación positiva media.

3.1.4. Correlación recongelamiento y servicio al cliente

Tabla 12 Correlación recongelamiento y servicio al cliente

Correlaciones			
		Recongelamie nto	Servicio al cliente
Recongelamiento	Correlación de Pearson	1	,499**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	145	145
Servicio al cliente	Correlación de Pearson	,499**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	145	145

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS

Como muestra la tabla 12, existe una correlación entre la dimensión recongelamiento y la variable dependiente servicio al cliente, ya que poseen una correlación según el estadístico Pearson de 0,499; representando una correlación positiva débil.

3.2. Prueba de hipótesis

3.2.1. Hipótesis general

H_G: La gestión del cambio impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

H₀: La gestión del cambio no impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

H₁: La gestión del cambio impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

Donde:

Sig. < 0,05, se rechaza la H₀

Sig. > 0,05 se rechaza la H₁

Tabla 13 Prueba de la hipótesis general

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,693 ^a	,480	,477	,552

a. Predictores: (Constante), Gestión del cambio

ANOVA^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	40,245	1	40,245	132,153	,000 ^b
	Residuo	43,548	143	,305		
	Total	83,793	144			

a. Variable dependiente: Servicio al cliente (agrupado)

b. Predictores: (Constante), Gestión del cambio (agrupado)

Coefficientes^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,843	,261		3,232	,002
	Gestión del cambio	,661	,058	,693	11,496	,000

a. Variable dependiente: Servicio al cliente

Fuente: Elaboración propia SPSS

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 13 reafirmamos lo mencionado anteriormente al mencionar que existe una correlación positiva media tal como lo indica el estadístico de Pearson (R) dando un valor de 0,693; también decimos que el servicio al cliente está explicado en un 48% gracias a la gestión del cambio en el colegio República de Venezuela tal como lo indica el R cuadrado.

Asimismo se afirma la hipótesis alterna, esto se debe a que el nivel de significancia (Sig.), tal como indica la tabla de ANOVA, es menor a 0,05 permitiendo afirmar que la gestión del cambio impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, rechazándose la hipótesis nula.

3.2.2. Hipótesis específicas

Primera hipótesis específica

H_G: El descongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

H₀: El descongelamiento de Kurt Lewin no impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

H₁: El descongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

Donde:

Sig. < 0,05, se rechaza la H₀

Sig. > 0,05 se rechaza la H₁

Tabla 14 Prueba de la primera hipótesis específica

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,501 ^a	,251	,246	,663

a. Predictores: (Constante), Descongelamiento

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	21,018	1	21,018	47,879	,000 ^b
	Residuo	62,775	143	,439		
	Total	83,793	144			

a. Variable dependiente: Servicio al cliente (agrupado)

b. Predictores: (Constante), Descongelamiento (agrupado)

		Coeficientes ^a				
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	1,323	,361		3,664	,000
	Descongelamiento	,559	,081	,501	6,919	,000

a. Variable dependiente: Servicio al cliente

Fuente: Elaboración propia SPSS

Interpretación:

De igual manera en la tabla 14 reafirmamos lo mencionado anteriormente al mencionar que existe una correlación positiva media tal como se aprecia en el estadístico de Pearson (R) dando un valor de 0,501; también decimos que el servicio al cliente está explicado en un 25,1% gracias al descongelamiento de Kurt Lewin en el colegio República de Venezuela tal como lo indica el R cuadrado.

Por otro lado, se afirma la hipótesis alterna, esto se debe a que el nivel de significancia (Sig.), tal como indica la tabla de ANOVA, es menor a 0,05 lo que da paso a afirmar que el descongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, rechazándose la hipótesis nula.

Segunda hipótesis específica

H_G: El cambio de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

H₀: El cambio de Kurt Lewin no impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

H₁: El cambio de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

Donde:

Sig. < 0,05, se rechaza la H₀

Sig. > 0,05 se rechaza la H₁

Tabla 15 Prueba de segunda hipótesis específica

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,693 ^a	,480	,476	,552

a. Predictores: (Constante), Cambio

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	40,197	1	40,197	131,853	,000 ^b
	Residuo	43,596	143	,305		
	Total	83,793	144			

a. Variable dependiente: Servicio al cliente (agrupado)

b. Predictores: (Constante), cambio (agrupado)

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	1,510	,204		7,399	,000
	Cambio	,534	,047	,693	11,483	,000

a. Variable dependiente: Servicio al cliente

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De igual modo en la tabla 15 reafirmamos lo que se dijo anteriormente al decir que existe una correlación positiva media tal como aparece en el estadístico de Pearson (R) dando un valor de 0,693; también decimos que el servicio al cliente está explicado en un 48% gracias al cambio de Kurt Lewin en el colegio República de Venezuela tal como lo indica el R cuadrado.

Además, se afirma la hipótesis alterna, esto se debe a que el nivel de significancia (Sig.), tal como indica la tabla de ANOVA, es menor a 0,05 esto permite demostrar que el cambio de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, rechazándose la hipótesis nula.

Tercera hipótesis específica

H_G: El recongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

H₀: El recongelamiento de Kurt Lewin no impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

H₁: El recongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.

Donde:

Sig. < 0,05, se rechaza la H₀

Sig. > 0,05 se rechaza la H₁

Tabla 16 Prueba tercera hipótesis específica

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,499 ^a	,249	,243	,664

a. Predictores: (Constante), Recongelamiento

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	20,823	1	20,823	47,288	,000 ^b
	Residuo	62,970	143	,440		
	Total	83,793	144			

a. Variable dependiente: Servicio al cliente (agrupado)

b. Predictores: (Constante), Recongelamiento (agrupado)

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	1,373	,356		3,853	,000
	Recongelamiento	,551	,080	,499	6,877	,000

a. Variable dependiente: Servicio al cliente

Fuente: Elaboración propia SPSS

Interpretación:

Igualmente, en la tabla 16 reafirmamos lo que ya se había mencionado al decir que existe una correlación positiva débil tal como lo indica el estadístico de Pearson (R) dando un valor de 0,499; también decimos que el servicio al cliente está explicado en un 24,9% gracias al recongelamiento de Kurt Lewin en el colegio República de Venezuela tal como lo indica el R cuadrado.

Además, se afirma la hipótesis alterna, esto se debe a que el nivel de significancia (Sig.), tal como indica la tabla de ANOVA, es menor a 0,05 esto demuestra que el recongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, rechazándose la hipótesis nula.

IV. DISCUSIÓN

4.1. Discusión gestión del cambio

En nuestra investigación se comprobó que la gestión del cambio y el servicio al cliente tienen una correlación positiva media, esto se afirmó por el estadístico de Pearson que arrojó un 0,693 de correlación. Asimismo, se aceptó la hipótesis alterna afirmando que la gestión del cambio impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, gracias al estadístico de Pearson que arrojó una significancia menor a 0,05.

De esta manera la investigación pudo determinar lo que en un principio era una incógnita, saber si existe un impacto positivo de la gestión del cambio sobre el servicio al cliente en el colegio República de Venezuela, incógnita que fue resuelta. Teniendo como fundamento la teoría de Kurt Lewin para la variable gestión del cambio.

El autor Rojas (2017) en su investigación “Calidad del Servicio y Gestión del cambio en la Institución Educativa 1047 Juana Infantes Vera - Agustino 2017” concuerda con nuestra investigación al afirmar que si existe una correlación entre las variables calidad de servicio y gestión del cambio; además de afirmar también su hipótesis alterna; demostrando que si existe relación significativa entre la calidad de servicio y la gestión del cambio en la institución educativa 1047 Juana Infantes Vera - Agustino 2017. Cabe resaltar que la investigación de Rojas se basa en un colegio, al igual que nuestra investigación.

Asimismo, en la investigación de la autora Quispe (2016) llamada “Gestión del cambio organizacional y productividad de los colaboradores del área de negocios en la entidad financiera Mi banco S.A. agencia Mariscal Cáceres, Lima 2016”. La autora quien también

determinó, al igual que nosotros, su correlación mediante el estadístico de Pearson, indica que hay una correlación positiva media, ya que el estadístico arrojó un resultado de 0,516 entre las variables gestión del cambio organizacional y productividad. Además, aprobó su hipótesis alterna que afirma la relación significativa entre ambas variables.

De esta manera se contrasta lo que dice la teoría de Kurt Lewin acerca de la gestión del cambio, donde menciona que para conseguir los objetivos es necesario el cambio, ya que es un proceso constante en las organizaciones y para eso propone un modelo a seguir donde existen tres etapas para conseguirlo, siendo estos el descongelamiento, el cambio y el recongelamiento. Para ello nuestros resultados afirman que la gestión del cambio tiene un impacto positivo en el colegio donde se llevó a cabo la investigación, indicando el efecto positivo que llevaría implantar una gestión del cambio dentro de dicha institución; permitiendo recalcar lo que dice la teoría de Lewin acerca de que una organización logra sus objetivos a través del cambio, en este caso el servicio al cliente del colegio República de Venezuela.

4.2. Discusión descongelamiento

En primer término, en lo que se refiere a las dimensiones de nuestra investigación, se comprobó que existe una correlación positiva media entre el descongelamiento de Kurt Lewin y el servicio al cliente gracias al estadístico Pearson quien arrojara un resultado de 0,501 de correlación. También quedó comprobado que el descongelamiento de Kurt Lewin tiene un impacto positivo en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela.

Al respecto Hernández (2014) en su investigación “Propuesta e implantación de un modelo de cambio organizacional para una empresa manufacturera de joyería”; coincide con nuestra investigación, ya que el descongelamiento de Kurt Lewin en esa empresa tuvo un resultado positivo; esto es porque gracias a ese paso pudieron descubrir los problemas que los afectaba, en palabras de los propios trabajadores quienes manifestaron la necesidad de cambiar para poder mejorar.

Lo mencionado en nuestra investigación ratifica lo que dice Lewin acerca del descongelamiento, quien afirma que es el paso donde la persona se desprende de los malos hábitos, conductas o procederes que tiene; manifestando una necesidad de cambio, lo que conlleva a dar el siguiente paso. En nuestra investigación, como ya se mencionó anteriormente, se pudo demostrar que este primer paso de la gestión del cambio tiene un impacto positivo en el colegio República de Venezuela, esto significa que las autoridades de

dicha institución, ya sea el personal administrativo y los profesores, se darían cuenta de los inadecuados procedimientos que realizan que finalmente son un problema para el colegio, y que otras maneras de proceder representaría una mejora para el colegio y para ellos mismos, conllevando a la necesidad del cambio en ellos y de esta manera estén motivados para afrontar el cambio.

4.3. Discusión cambio

Por otro lado, en nuestra investigación se habló acerca de la dimensión cambio; una de las tres dimensiones de la teoría de Kurt Lewin mostradas en la investigación; y se pudo afirmar que existe una correlación positiva media entre la dimensión cambio y el servicio al cliente, esto se comprobó mediante el estadístico Pearson que arrojó un resultado de 0,693 de correlación. También se afirmó la hipótesis alterna que se tenía acerca de esta dimensión, ratificando que el cambio de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela.

Es así que la investigación pudo definir que el cambio, dimensión de la variable independiente gestión del cambio, impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, demostrando con resultados a la institución educativa la relevancia de esta dimensión.

De igual modo en la investigación de Quispe (2016) “Gestión del cambio organizacional y productividad de los colaboradores del área de negocios en la entidad financiera Mi banco S.A. agencia Mariscal Cáceres, Lima 2016”; se realiza un cuestionario donde algunas preguntas están orientadas sobre el cambio; dimensión de nuestra investigación; donde los colaboradores dan su punto de vista obteniendo estos resultados para la investigadora.

La primera pregunta fue si la implementación del cambio en la organización le ayuda a contribuir de la forma positiva en su trabajo; obteniendo que el 53,33% afirmara que casi siempre y el 3,33% atestiguara que siempre.

La segunda pregunta dice lo siguiente: ¿Considera usted que el cambio en el sistema realizado ayuda al logro de una mejor productividad de la agencia Mariscal Cáceres? Aquí tuvo como resultado que el 56,67% manifestara casi siempre y que un 10% manifestara siempre.

La tercera pregunta enuncia si los cambios organizacionales realizados ayudan al alcance de metas y objetivos de todos los colaboradores. Obteniendo como resultado que el 70% afirmara que casi siempre y que el 6,67% afirmara que siempre.

Obteniendo todos estos resultados la autora pudo concluir que una productividad es posible si se tiene en consideración el cambio.

Es así como se compara lo que menciona Lewin en su teoría de la dimensión cambio donde afirma que es el proceso en sí donde se aprenden nuevas competencias adoptando una nueva forma de desempeñarnos en algo. Los resultados de nuestra investigación nos muestran que el cambio tiene un impacto positivo en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela lo que nos lleva a decir que si implantamos este segundo paso de la gestión del cambio, las autoridades correspondientes del colegio ya sean el personal administrativo y los profesores adoptarán nuevas y mejores formas de desempeñar su labor lo que conllevaría a brindar una mejor educación a los estudiantes, que finalmente es lo que se desea.

4.4. Discusión recongelamiento

Finalmente, la investigación también pudo demostrar la correlación que hay entre el recongelamiento de Kurt Lewin y el servicio al cliente del colegio República de Venezuela; esto se produjo porque el estadístico Pearson obtuvo un resultado de 0,499 de correlación. Asimismo se pudo comprobar el impacto positivo que tiene este sobre el servicio al cliente del colegio ya mencionado.

Nuevamente Hernández (2014) en su tesis mencionada anteriormente, concuerda con nuestra investigación, ya que él menciona que al aplicar este último paso en los trabajadores de la empresa Platmex S.A. produjo un aumento en la producción, puesto que anteriormente se producían 753 piezas grabadas por día; ahora se producen 1705 piezas, cifra que superó totalmente a la producción de 1189 piezas por día, que fue su máxima producción.

Citando a Lewin quien dijera que el recongelamiento es el paso donde se establecen nuevas pautas de comportamiento, reforzándolas para que de esa manera la podamos adoptar por completo haciéndola parte de nosotros y que fluya naturalmente. Contrastando lo que dice Lewin con nuestra investigación podemos afirmar que aplicando este paso al colegio República de Venezuela las autoridades pertinentes adoptarían nuevas formas de trabajar, dejando atrás viejos hábitos que lo único que propician es brindar un servicio al cliente

deficiente, lo que conlleva a que lamentablemente los alumnos carezcan de habilidades intelectuales y sobre todo no desarrollen el valor como personas.

V. CONCLUSIONES

5.1. Quedó demostrado que la gestión del cambio tiene un impacto positivo en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, esto se afirmó por los resultados obtenidos en la investigación, donde según el estadístico de Pearson la significancia fue menor a 0,05 permitiendo afirmar lo mencionado anteriormente. Con esto se puede afirmar a la institución educativa la influencia que tiene la gestión del cambio y como esta tiene un efecto positivo en el servicio al cliente, lo que conllevaría a que los estudiantes de dicha institución reciban una mejor educación que finalmente es lo que se espera.

5.2. Asimismo, se determinó que el descongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, se pudo afirmar esto por los resultados del estadístico de Pearson que arrojó una significancia menor a 0,05, lo que permitió demostrar tal afirmación. De esta manera queda claro lo importante del descongelamiento, primer paso de la gestión del cambio, y como esta tiene una influencia positiva en el servicio al cliente de la institución educativa en mención.

5.3. De igual manera se afirmó que el cambio de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, esto se pudo afirmar gracias al estadístico de Pearson que mostró una significancia menor a 0,05, indicando la afirmación anteriormente mencionada. Gracias a la investigación el colegio República de Venezuela conocerá lo necesario que es el cambio dentro de él, y como tendrá una influencia positiva en su servicio al cliente.

5.4. Por último, la investigación también pudo demostrar que el recongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, esto se debe a que el estadístico de Pearson arrojó una significancia menor a 0,05, lo que conllevó a concluir tal afirmación. Es así como se demuestra la importancia del recongelamiento en la institución educativa y como ello conllevará a mejorar el servicio al cliente en el colegio.

VI. RECOMENDACIONES

6.1. En primer término, se recomienda al colegio República de Venezuela la creación e implementación de una capacitación para sus profesores, basándose en la teoría de Kurt

Lewin y sus tres pasos; con esto se pretende instaurar en los profesores de la institución educativa cambios positivos, es decir, mejorar sus métodos de enseñanza combinando los años de experiencia en educación que tienen llevándolos a la actualidad.

6.2. Además se recomienda realizar encuestas de evaluación a los profesores donde los estudiantes sean quienes los califiquen, con esto se quiere tener conocimiento de las falencias que se cometen y corregirlos junto con los profesores en reuniones, siendo esta una manera de controlar las clases que se brindan a los estudiantes mejorándolas aún más.

6.3. Asimismo, hacer una reingeniería total en el colegio República de Venezuela, es decir, no solo enfocarse en los profesores sino realizar cambios también en las autoridades (como el director, personal administrativo y personal operativo), además de los alumnos. De igual manera, en los procesos que realiza. El cambio al que se quiere llegar se dará si trabajan todos en dicha institución, y no solo pretender que el problema es enteramente de los profesores, hay que analizar otros puntos también como las personas que gestionan el colegio y se encargan de tomar decisiones, hasta llegar finalmente a los alumnos ya que ellos son los máximos beneficiados o perjudicados con el servicio que se brinda.

6.4. Implementar talleres de reforzamiento a los estudiantes en cursos donde las calificaciones son bajas o desaprobatorias, de esta manera queremos ayudar a los estudiantes, más que a aprobar un curso, a que se lleven consigo lo aprendido; reduciendo los índices de estudiantes que van a las clases de vacacional.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Astudillo, M. & Talbot, J. (2008). *Estudio de mercado en la ciudad de Cuenca para la implementación de un hostel colonial*. (Tesis de Licenciatura). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador.

Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Argentina: Editorial Shalom.

Bravo, J. *Gestión integral del cambio*. Chile: Editorial evolución.

Chiavenato, I. (2001). *Administración: Teoría, proceso y práctica*. (3era ed.). Colombia: McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. (2da ed.). México: McGraw-Hill.

- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill.
- Cortés, M. & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre la metodología de la investigación*. México: Universidad Autónoma del Carmen.
- Domjan, M. (2009). *Principios de aprendizaje y conducta*. (5ta ed.). España: Paraninfo. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=RsP0BDhRjwgC&pg=PA190&dq=Reforzamiento&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiHwsvp1MbXAhWGTCYKHUIKCdY4ChDoAQgwMAI#v=onepage&q=Reforzamiento&f=false>
- Duff, V. (2018). *¿Qué empresas han implementado iniciativas exitosas de gestión del cambio?* Recuperado de <https://www.cuidatudinero.com/13111439/que-empresas-han-implementado-iniciativas-exitosas-de-gestion-del-cambio>
- Evans, J. & Lindsay, W. (2008). *Administración y control de calidad*. (7ma ed.). México: Cengage learning.
- Franco, C. & López, L. (2013). *Propuesta metodológica para la gestión del cambio cultural aplicable en proyectos de Business Process Management*. (Tesis de Maestría). Universidad Incesi, Santiago de Cali, Colombia.
- Garzón, M. (2005). *El desarrollo organizacional y el cambio planeado*. Colombia: Centro Editorial Universidad del Rosario. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=RDFJi-fNWNMC&pg=PA163&lpg=PA163&dq=el+cambio+ocurre+a+traves+de+las+personas+y+para+considerar&source=bl&ots=y_O28m6heg&sig=61UY3S54eeRFd0b5GjDNjsppZWI&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=el%20cambio%20ocurre%20a%20traves%20de%20las%20personas%20y%20para%20considerar&f=false
- Gosso, F. (2008). *Hipersatisfacción del cliente*. México: Panorama. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=f0th8fk8lgsC&oi=fnd&pg=PA9&dq=los+clientes&ots=pAQyNpugwf&sig=5BuJJOTzVGG14OE3r_quwogz1N0#v=onepage&q=los%20clientes&f=false

- Hernández, J. (2014). *Propuesta e implementación de un modelo de cambio organizacional para una empresa manufacturera de joyería*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F., México.
- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta ed.). México: McGraw-Hill.
- Hongren, Ch.; Datar, S. & Foster, G. (2007). *Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial*. (12va ed.). México: Pearson. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=zDCb9fDzN-gC&pg=PA30&dq=los+costos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_r_ZbRzMbXAhWG4SYKHZJhApMQ6AEIKzAB#v=onepage&q=los%20costos&f=false
- Jáuregui, K. (Noviembre, 2016). Gestión del cambio: receta peruana. *Aptitus*, 1 (55), 56 – 57. Recuperado de https://www.esan.edu.pe/sala-de-prensa/2016/11/23/estudio_esan_gestion_cambio_receta_peruana.pdf
- Machado, H.; Suset, A.; Martín, G. & Funes-Monzote, F. (Julio – Septiembre, 2009). Del enfoque reduccionista al enfoque de sistema en la agricultura cubana: un necesario cambio de visión. *Pastos y forrajes*, 32 (3), 1 – 20. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03942009000300001
- Macías, M. (Junio – Julio, 2016). Gestión del cambio y planificación estratégica. *Universidad de Palermo*, 13, 51 – 72. Recuperado de http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr12/PBR_13_04.pdf
- Martínez, E. (Septiembre, 2012). Modelo de las cuatro brechas en el servicio. *Universidad virtual de Guanajuato*, 1 – 4. Recuperado de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/139/Modelodelascuatrobrechasenelservicio.pdf>
- Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario: Planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto*. España: Profit editorial.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación*. Colombia: Ediciones de la U.
- Paz, R. (2005). *Servicio al cliente. La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. España: Ideas propias editorial. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=3hovRPM1Di0C&oi=fnd&pg=>

PT9&dq=servicio+al+cliente&ots=Pmzq0g0mhO&sig=nR6f2fjZzFE-
gBCKILqzBuGWTi8#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false

- Pizarro, S. (2013). *Modelo de gestión de cambio organizacional para procesos de estandarización de nuevas prácticas en empresas mineras*. (Tesis de Maestría). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile.
- Quispe, C. (2016). *Gestión del cambio organizacional y productividad de los colaboradores del área de negocios en la entidad financiera Mi banco S.A. agencia Mariscal Cáceres, Lima 2016*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Ramírez, I. (2016). *Incidencia del nivel de ventas en relación al posicionamiento del centro agropecuario Gaman del cantón Arenilla*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Académica de Ciencias Empresariales, Machala, Ecuador.
- Restrepo, C., Restrepo, L. & Estrada, S. (Agosto – Octubre, 2006). Enfoque estratégico del servicio al cliente. *Scientia Et Technica*, 12 (32), 289 – 294. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84911652051>
- Reyes, A. (2007). *Administración moderna*. México: Limusa.
- Robbins, S. & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*. (15va ed.). México: Pearson.
- Rojas, R. (2017). *Calidad del servicio y gestión del cambio en la institución educativa 1047 Juana Infantes Vera-Agustino 2017*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Rubio, P. (2008). *Introducción a la gestión empresarial*. España: Instituto europeo de gestión empresarial.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice hall.
- Stoner, J.; Freeman, R. & Gilbert, D. (1996). *Administración*. (6ta ed.). México: Pearson.
- Tam, J.; Vera, G. & Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación. *Pensamiento y acción*, 5 (1). 145 – 154. Recuperado de http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_modela_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf

Tirado, K. (2014). *Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en el colegio químico farmacéutico de La Libertad – Trujillo*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo, Huamachuco, Perú.

VIII. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Tabla 17 Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones / Indicadores	Metodología
Problema general: ¿Cómo impactaría la gestión del cambio en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018?	Objetivo general: Determinar el impacto de la gestión del cambio en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.	Hipótesis general: La gestión del cambio impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.		DESCONGELAMIENTO Necesidad Motivación	<u>Diseño de la Investigación</u> No experimental – Transversal
Problemas específicos: ¿Cómo impactaría el descongelamiento de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018?	Objetivos específicos: Determinar el impacto del descongelamiento de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.	Hipótesis específicas: El descongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.	Gestión del cambio	CAMBIO Actitudes Valores Liderazgo	<u>Tipo de Investigación</u> Aplicada
¿Cómo impactaría el cambio de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018?	Determinar el impacto del cambio de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.	El cambio de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.		RECONGELAMIENTO Reforzamiento Comportamiento	<u>Nivel de Investigación</u> Explicativo - Causal
¿Cómo impactaría el recongelamiento de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018?	Determinar el impacto del recongelamiento de Kurt Lewin en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.	El recongelamiento de Kurt Lewin impacta de manera positiva en el servicio al cliente del colegio República de Venezuela, Callao 2018.		RECURSOS MATERIALES Infraestructura Maquinarias Equipos	<u>Población</u> 232 alumnos
			Servicio al cliente	RECURSOS TECNOLÓGICOS Tecnología Sistemas	<u>Muestra</u> 145 alumnos
				RECURSOS FINANCIEROS Presupuesto Costos	<u>Técnica de procesamiento de la información</u> Programa estadístico SPSS 23
				RECURSOS HUMANOS Personas Relaciones humanas	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Instrumento de medición

Cuestionario

Estimado (a) alumno (a):

El siguiente instrumento forma parte de la investigación “Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de Venezuela Callao, 2018”, por lo que solicitamos responda las preguntas de forma objetiva y veraz.

Sin más nada que decir, agradecemos su participación.

Instrucciones.

Marque con una “X” la respuesta que usted crea correcta.

Datos generales.

Nombres y apellidos:

Grado:

Sección:

Edad:

DATOS ESTADÍSTICOS	
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Tabla 18 Cuestionario gestión del cambio

VARIABLE 1: GESTIÓN DEL CAMBIO						
	DIMENSIÓN 1: Descongelamiento	1	2	3	4	5
1	¿Considera necesario un cambio en las actividades académicas de la institución educativa?					
2	¿Siente motivación por aprender a causa de las actividades académicas brindadas por la institución educativa?					
3	¿Aumentaría su motivación por aprender si la institución educativa decide cambiar las actividades académicas brindadas actualmente?					
	DIMENSIÓN 2: Cambio	1	2	3	4	5
4	¿Las actitudes del personal de la institución educativa favorecen al desarrollo académico de los alumnos?					
5	¿Los trabajadores de la institución educativa cuentan con valores que desarrollan el aprendizaje de los alumnos?					
6	¿La institución educativa fomenta los valores en sus actividades académicas?					
7	¿Ve a sus autoridades de la institución educativa como líderes?					
8	¿Considera que se estén formando líderes en la institución educativa?					
	DIMENSIÓN 3: Recongelamiento	1	2	3	4	5
9	¿Deberían de existir clases de reforzamiento académico para los alumnos en la institución educativa?					
10	¿Califica como bueno, el comportamiento de las autoridades de la institución educativa?					

Fuente: *Elaboración propia*

Cuestionario

Estimado (a) alumno (a):

El siguiente instrumento forma parte de la investigación “Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de Venezuela Callao, 2018”, por lo que solicitamos responda las preguntas de forma objetiva y veraz.

Sin más nada que decir, agradecemos su participación.

Instrucciones.

Marque con una “X” la respuesta que usted crea correcta.

Datos generales.

Nombres y apellidos:

Grado:

Sección:

Edad:

DATOS ESTADÍSTICOS	
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

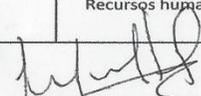
Tabla 19 Cuestionario servicio al cliente

VARIABLE 2: SERVICIO AL CLIENTE						
	DIMENSIÓN 1: Recursos materiales	1	2	3	4	5
1	¿Considera que la infraestructura de la institución educativa es adecuada para el desarrollo académico de los alumnos?					
2	¿Las maquinarias brindadas por la institución educativa son aptas para el uso de los alumnos y/o docentes?					
3	¿Considera que los equipos brindados por la institución educativa contribuyen al aprendizaje de los alumnos?					
	DIMENSIÓN 2: Recursos tecnológicos	1	2	3	4	5
4	¿La institución educativa se preocupa por implementar tecnología?					
5	¿La tecnología brindada por la institución educativa es la ideal para el desarrollo académico de los alumnos?					
6	¿La institución educativa cuenta con planes que fortalecen el mejoramiento continuo de los alumnos?					
	DIMENSIÓN 3: Recursos financieros	1	2	3	4	5
7	¿Considera que el dinero de la institución educativa destinado a la educación de los alumnos es suficiente?					
8	¿El cobro de la matrícula escolar es de acuerdo a la economía de su familia?					
	DIMENSIÓN 4: Recursos humanos	1	2	3	4	5
9	¿Califica como bueno, el trabajo del personal de la institución educativa (profesores, personal administrativo, etcétera)?					
10	¿El trato del personal de la institución educativa con los alumnos es la correcta?					

Fuente: Elaboración propia

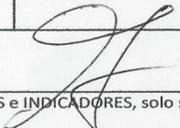
Anexo 3: Validez del instrumento

Ilustración 1 Validez del instrumento primer experto

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de Venezuela, Callao 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Lara Román Ivan José Jovino							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Israel Barrutia Barreto							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión del cambio	Descongelamiento	Necesidad	¿Considera necesario un cambio en las actividades académicas de la institución educativa?	Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman lo siguiente. Nivel de medición ordinal: Las categorías mantienen un orden de mayor a menor, indicando jerarquías. (p.215). Nivel de medición de razón: Además de tener intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario. (p.216).	✓		
		Motivación	¿Siente motivación por aprender a causa de las actividades académicas brindadas por la institución educativa? ¿Aumentaría su motivación por aprender si la institución educativa decide cambiar las actividades académicas brindadas actualmente?		✓		
	Cambio	Actitudes	¿Las actitudes del personal de la institución educativa favorecen al desarrollo académico de los alumnos?		✓		
		Valores	¿Los trabajadores de la institución educativa cuentan con valores que desarrollan el aprendizaje de los alumnos? ¿La institución educativa fomenta los valores en sus actividades académicas?		✓		
		Liderazgo	¿Ve a sus autoridades de la institución educativa como líderes? ¿Considera que se estén formando líderes en la institución educativa?		✓		
	Recongelamiento	Reforzamiento	¿Deberían de existir clases de reforzamiento académico para los alumnos en la institución educativa?		✓		
		Comportamiento	¿Califica como bueno, el comportamiento de las autoridades de la institución educativa?		✓		
	Servicio al cliente	Recursos materiales	Infraestructura		¿Considera que la infraestructura de la institución educativa es adecuada para el desarrollo académico de los alumnos?	✓	
Maquinarias			¿Las maquinarias brindadas por la institución educativa son aptas para el uso de los alumnos y/o docentes?	✓			
Equipos			¿Los equipos brindados por la institución educativa contribuyen al aprendizaje de los alumnos?	✓			
Recursos tecnológicos		Tecnología	¿La institución educativa se preocupa por implementar tecnología? ¿La tecnología brindada por la institución educativa es la ideal para el desarrollo académico de los alumnos?	✓			
		Sistemas	¿La institución educativa cuenta con planes que fortalecen el mejoramiento continuo de los alumnos?	✓			
Recursos financieros		Presupuesto	¿Considera que el dinero de la institución educativa destinado a la educación de los alumnos es suficiente?	✓			
		Costos	¿El cobro de la matrícula escolar es de acuerdo a la economía de su familia?	✓			
Recursos humanos		Las personas	¿Califica como bueno, el trabajo del personal de la institución educativa (profesores, personal administrativo, etcétera)?	✓			
	Relaciones humanas	¿El trato del personal de la institución educativa con los alumnos es la correcta?	✓				
Firma del experto			Fecha 24/11/15				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Ilustración 2 Validez del instrumento segundo experto

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de Venezuela, Callao 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Lara Román Ivan José Jovino							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Lessner Augusto León Espinoza							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión del cambio	Descongelamiento	Necesidad	¿Considera necesario un cambio en las actividades académicas de la institución educativa?	Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman lo siguiente. Nivel de medición ordinal: Las categorías mantienen un orden de mayor a menor, indicando jerarquías. (p.215). Nivel de medición de razón: Además de tener intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario. (p.216).	✓		
		Motivación	¿Siente motivación por aprender a causa de las actividades académicas brindadas por la institución educativa?		✓		
			¿Aumentaría su motivación por aprender si la institución educativa decide cambiar las actividades académicas brindadas actualmente?		✓		
	Cambio	Actitudes	¿Las actitudes del personal de la institución educativa favorecen al desarrollo académico de los alumnos?		✓		
		Valores	¿Los trabajadores de la institución educativa cuentan con valores que desarrollan el aprendizaje de los alumnos?		✓		
			¿La institución educativa fomenta los valores en sus actividades académicas?		✓		
		Liderazgo	¿Ve a sus autoridades de la institución educativa como líderes? ¿Considera que se estén formando líderes en la institución educativa?		✓		
	Recongelamiento	Reforzamiento	¿Deberían de existir clases de reforzamiento académico para los alumnos en la institución educativa?		✓		
		Comportamiento	¿Califica como bueno, el comportamiento de las autoridades de la institución educativa?		✓		
	Servicio al cliente	Recursos materiales	Infraestructura		¿Considera que la infraestructura de la institución educativa es adecuada para el desarrollo académico de los alumnos?	✓	
Maquinarias			¿Las maquinarias brindadas por la institución educativa son aptas para el uso de los alumnos y/o docentes?	✓			
Equipos			¿Los equipos brindados por la institución educativa contribuyen al aprendizaje de los alumnos?	✓			
Recursos tecnológicos		Tecnología	¿La institución educativa se preocupa por implementar tecnología? ¿La tecnología brindada por la institución educativa es la ideal para el desarrollo académico de los alumnos?	✓			
		Sistemas	¿La institución educativa cuenta con planes que fortalecen el mejoramiento continuo de los alumnos?	✓			
Recursos financieros		Presupuesto	¿Considera que el dinero de la institución educativa destinado a la educación de los alumnos es suficiente?	✓			
		Costos	¿El cobro de la matrícula escolar es de acuerdo a la economía de su familia?	✓			
Recursos humanos		Las personas	¿Califica como bueno, el trabajo del personal de la institución educativa (profesores, personal administrativo, etcétera)?	✓			
		Relaciones humanas	¿El trato del personal de la institución educativa con los alumnos es la correcta?	✓			
Firma del experto							
		Fecha 24/11/13					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Ilustración 3 Validez del instrumento tercer experto

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de Venezuela, Callao 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Lara Román Ivan José Jovino							
Apellidos y nombres del experto: Mag. Rafael López Landauero							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión del cambio	Descongelamiento	Necesidad	¿Considera necesario un cambio en las actividades académicas de la institución educativa?	Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman lo siguiente. Nivel de medición ordinal: Las categorías mantienen un orden de mayor a menor, indicando jerarquías. (p.215). Nivel de medición de razón: Además de tener intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario. (p.216).	/		
		Motivación	¿Siente motivación por aprender a causa de las actividades académicas brindadas por la institución educativa?		/		
	¿Aumentaría su motivación por aprender si la institución educativa decide cambiar las actividades académicas brindadas actualmente?		/				
	Cambio	Actitudes	¿Las actitudes del personal de la institución educativa favorecen al desarrollo académico de los alumnos?		/		
		Valores	¿Los trabajadores de la institución educativa cuentan con valores que desarrollan el aprendizaje de los alumnos?		/		
			¿La institución educativa fomenta los valores en sus actividades académicas?		/		
	Recongelamiento	Liderazgo	¿Ve a sus autoridades de la institución educativa como líderes?		/		
		¿Considera que se estén formando líderes en la institución educativa?	/				
Servicio al cliente	Recursos materiales	Reforzamiento	¿Deberían de existir clases de reforzamiento académico para los alumnos en la institución educativa?	/			
		Comportamiento	¿Califica como bueno, el comportamiento de las autoridades de la institución educativa?	/			
			Infraestructura	¿Considera que la infraestructura de la institución educativa es adecuada para el desarrollo académico de los alumnos?	/		
	Recursos tecnológicos	Maquinarias	¿Las maquinarias brindadas por la institución educativa son aptas para el uso de los alumnos y/o docentes?	/			
		Equipos	¿Los equipos brindados por la institución educativa contribuyen al aprendizaje de los alumnos?	/			
			Tecnología	¿La institución educativa se preocupa por implementar tecnología?	/		
		Sistemas	¿La tecnología brindada por la institución educativa es la ideal para el desarrollo académico de los alumnos?	/			
	Recursos financieros	Presupuesto	¿La institución educativa cuenta con planes que fortalecen el mejoramiento continuo de los alumnos?	/			
		Costos	¿Considera que el dinero de la institución educativa destinado a la educación de los alumnos es suficiente?	/			
	Recurso humanos	Las personas	¿El cobro de la matrícula escolar es de acuerdo a la economía de su familia?	/			
Relaciones humanas		¿Califica como bueno, el trabajo del personal de la institución educativa (profesores, personal administrativo, etcétera)?	/				
		¿El trato del personal de la institución educativa con los alumnos es la correcta?	/				
Firma del experto			Fecha	29/11/19			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Anexo 4: SPSS 23 vista de datos

Ilustración 4 SPSS 23 vista de datos

1: item1	4	Visible: 30 de 30 variables																		
	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15	item16	item17	item18	item19	item20
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	4	5	4	4	4	5	5	1
2	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	2	2	1	2	3	1	5	4	3
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
6	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
7	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	5	5
8	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4
9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	3	4	5	3
10	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4
12	4	4	4	2	5	5	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
13	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	3	3
14	3	5	5	2	4	2	2	3	5	5	2	2	3	3	2	3	2	5	5	3
15	4	4	3	2	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3
16	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2
17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	3
18	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
19	2	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2
20	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1
21	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	4	5	4	4	4	5	5	1
22	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
23	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	2	2	1	2	3	1	5	4	3
135	5	5	5	2	4	2	2	3	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3
136	3	4	3	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2
137	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	3
138	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
139	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2
140	4	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1
141	4	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1
142	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	4	5	4	4	4	5	5	1
143	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
144	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	2	2	1	2	3	1	5	4	3
145	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Ismael Barrera Barreto,
docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Calleja (precisar filial o sede),
revisor(a) de la tesis titulada

"Gestión del cambio y servicio al cliente en el
Colegio República de Venezuela, Calleja 2018"

del (de la) estudiante Juan José Tambo
Jara Ramón, constato que la investigación tiene un índice de similitud
de 2.8 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las
coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis
cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la
Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha Calleja, 09 de julio de 2018

Firma
Ismael Barrera Barreto
Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 10619088

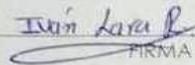


**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Ivan José Jovino Lara Román, identificado con DNI N° 70451379, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo () . No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "GESTIÓN DEL CAMBIO Y SERVICIO AL CLIENTE EN EL COLEGIO REPÚBLICA DE VENEZUELA, CALLAO 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:


FIRMA

Ivan José Jovino Lara Román

DNI: 70451379

FECHA: 26 de noviembre de 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de Venezuela, Callao 2018.
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

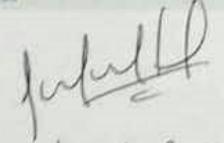
AUTOR:

Ivan José Jovino Lara Román

Resumen de coincidencias

28 %

1	Entregado a Universida...	7 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	6 %
3	www.redalyc.org	1 %
4	Entregado a Pontificia...	1 %
5	cybertesis.unmm.edu...	1 %
6	bibliotecadigital.icesi.e...	<1 %
7	repositorio.uhr.edu.ec	<1 %


Dr. Israel Barutín.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
La facultad de Ciencias empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Ivan José Jovino Lara Román

INFORME TITULADO:

Gestión del cambio y servicio al cliente en el colegio República de Venezuela,
Callao 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en administración

SUSTENTADO EN FECHA: 09/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 16 Dieciséis




Mg. Samanta Hilda Calle Ruiz