



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio
en los clientes del centro comercial Josfel, Ate 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Lopez Mezahuaman, Alexandra (orcid.org/0000-0002-0256-6564)

ASESOR:

Mg. Cervantes Ramón, Edgard Francisco (orcid.org/0000-0003-1317-6008)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios por iluminar con sabiduría mi camino. Asimismo, a mi madre Maria Mezahuaman, por ser el pilar más importante en cada paso que doy, por ser el ejemplo de mujer y madre, por demostrarme su cariño y apoyo incondicional. A mi padre Jorge Cirilo Lopez por apoyarme durante todo el transcurso de mi vida universitaria. Así también, a todos aquellos que estuvieron alentándome para poder establecer y culminar mi investigación logrando mi meta.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera. A mis padres por ser mi fortaleza y por apoyarme en todo momento. A los docentes de esta universidad por transmitirme conocimientos que me servirán en mi desempeño como administradora. Así también a mis asesores Jorge Vargas Merino y Edgard Cervantes Ramón por sus enseñanzas en el desarrollo de mi tesis, gracias por su confianza, por su paciencia y sus consejos. Así también, a la UCV por abrirme las puertas y permitirme labrar mi propio destino.

Índice de contenidos

| | |
|---|------|
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| Índice de contenidos | iv |
| Índice de tablas | v |
| Índice de figuras..... | vi |
| RESUMEN | vii |
| ABSTRACT | viii |
| I. INTRODUCCIÓN | 9 |
| II. MARCO TEÓRICO | 10 |
| III. METODOLOGÍA | 24 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 24 |
| 3.2. Variables y Operacionalización | 25 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo | 25 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 27 |
| 3.5. Procedimiento | 31 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 31 |
| 3.7. Aspectos éticos | 31 |
| IV.RESULTADOS | 33 |
| V. DISCUSIÓN | 42 |
| VI. CONCLUSIONES | 44 |
| VII RECOMENDACIONES | 45 |
| REFERENCIAS | 47 |
| ANEXOS | 53 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Técnica e instrumento de recolección de datos | 27 |
| Tabla 2 Consolidado de expertos..... | 28 |
| Tabla 3 Validación de instrumentos por juicio de expertos | 29 |
| Tabla 4 Estadísticos de fiabilidad de Gestión del Cambio Organizacional y Calidad de Servicio30 | |
| Tabla 5 Estadísticos de fiabilidad de Gestión del Cambio Organizacional..... | 30 |
| Tabla 6 Estadísticos de fiabilidad de Calidad de Servicio | 30 |
| Tabla 7 Prueba de normalidad de gestión del cambio organizacional y calidad de servicio 35 | |
| Tabla 8 Prueba de contrastación de hipótesis general entre la gestión del cambio y la calidad de servicio | 36 |
| Tabla 9 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y los elementos tangibles | 37 |
| Tabla 10 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y la confiabilidad o fiabilidad | 38 |
| Tabla 11 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y la capacidad de respuesta | 39 |
| Tabla 12 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y la seguridad 40 | |
| Tabla 13 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y la empatía 41 | |
| Tabla 14 Rango de decisión de Rho de Spearman..... | 55 |
| Tabla 15 Niveles de confiabilidad..... | 55 |

Índice de figuras

| | | |
|----------|--|----|
| Figura 1 | Relación entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio | 33 |
| Figura 2 | Relación entre la resistencia al cambio y la capacidad de respuesta | 33 |
| Figura 3 | Relación entre la Reingeniería o Reestructuración y Empatía..... | 34 |

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019. La investigación siguió un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel correlacional, de diseño no experimental y de corte transversal. La población fue infinita, por consiguiente, la muestra del estudio estuvo conformada por 384 clientes del centro comercial Jوسفel, y se aplicó el muestreo no probabilístico, a través del método por conveniencia.

La técnica empleada en la investigación fue la encuesta, donde se utilizó como instrumento de recolección de datos al cuestionario que fue validado por 4 expertos con grados de Maestría y Doctorado con conocimiento extenso del tema teniendo un promedio final del 84% en la primera variable y 85% en la segunda variable representando un alto grado de validación. Para medir la confiabilidad del instrumento se utilizó la prueba estadística de Alfa de Cronbach el cual obtuvo como resultado de 0.00, es decir el instrumento aplicado fue altamente confiable.

En definitiva, con los resultados obtenidos mediante el análisis estadístico del Rho de Spearman se concluye que existe una relación positiva entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, además, el nivel de significancia hallado en la hipótesis general fue de 0.000, siendo así menor que 0.05, por ende se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, la cual indicó que si existe una relación entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del centro comercial Jوسفel, Ate 2019.

Palabras Clave: Gestión del cambio organizacional, Resistencia al cambio, Calidad de servicio

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the relationship between the management of organizational change and the quality of service in the clients of the Josfel Shopping Center, Ate 2019. The research followed a quantitative approach, of applied type, correlational level, design non experimental and cross section. The population was infinite, therefore, the study sample consisted of 384 customers of the Josfel shopping center, and non-probabilistic sampling was applied, through the convenience method.

The technique used in the investigation was the survey, where the questionnaire was used as a data collection instrument that was validated by 4 experts with Master's and Doctorate degrees with extensive knowledge of the subject having a final average of 84% in the first variable and 85% in the second variable representing a high degree of validation. To measure the reliability of the instrument, the Cronbach Alpha statistical test was used, which resulted in 0.00, that is, the instrument applied was highly reliable. Ultimately, with the results obtained through the statistical analysis of Spearman's Rho, it is concluded that there is a positive relationship between the management of organizational change and the quality of service in the customers of the Josfel Shopping Center, in addition, the level of significance found in the general hypothesis was 0.000, thus being less than 0.05, therefore the null hypothesis was rejected and the alternative hypothesis was accepted, which indicated that if there is a relationship between the management of organizational change and the quality of service in the clients of the center Commercial Josfel, Ate 2019.

Keywords: Organizational change management, Resistance to change, Quality of servi

I. INTRODUCCIÓN

En el mundo empresarial, tendencias de consumo se han vuelto un factor determinante de cambio, donde las preferencias o gustos de cada individuo se presentan de forma diversa, por ende, las organizaciones crean o adecuan estrategias que se adapten a las exigencias del mercado con el fin de ser competitivos. De acuerdo con Tarazona (2017) dice que la gestión del cambio son fluctuaciones que experimentan las empresas (p. 25), es decir las organizaciones deben adaptarse a los cambios formando, creando o reestructurando estrategias empresariales con el fin de estar siempre en la vanguardia.

Por otro lado, la calidad de en el servicio es un punto reflexivo para toda organización, Ochoa en el Diario Gestión (2018) menciona que el 67% no regresaría si recibe una pésima atención, de ahí se resalta la importancia de tener un cliente satisfecho, no solo para mantener un margen de ingreso estable sino que ofrece múltiples beneficios como el surgimiento de ideas innovadoras por sugerencias de parte de los clientes, el constante reconocimiento en la calidad de atención que puede darse mediante un galardón o premio, y la posibilidad de expansión a nuevos mercados.

A nivel nacional las empresas más famosas consideran que el cambio organizacional es una estrategia que está relacionada con los clientes para fortalecer conductas psicomotrices de parte del área de ventas. Así mismo, la competitividad ha sido un impulsor del cambio, teniendo en cuenta las actitudes y aptitudes para la solución de diversos problemas. Pérez, Vilariño y Ronda (2016) menciona que el cambio organizacional abarca desde un cambio en la tecnología hasta transformaciones radicales que involucren a cada área de la empresa (p. 288).

Las organizaciones en general buscan ampliar sus expectativas con relación a la calidad de servicio, en tal sentido Rojas (2017) dice que la calidad es pensar primero en los usuarios (p. 25), se debe satisfacer las necesidades que poseen mediante un producto o servicio.

A nivel local, el centro comercial Plaza Josfel ubicado por la av. Nicolás Ayllón 4233, Ate 15498, en Ate- Vitarte; enfocado en la venta de productos y servicios,

disponiendo de varias tiendas, con 7 años de funcionamiento, se observó que algunos vendedores suelen actuar de forma indiferente hacia el cliente mostrando una actitud negativa, además no tienen en claro que es gestión del cambio organizacional, aludiendo que solo son datos e información impresos en papeles, que no contribuye en nada a la competitividad ni le genera ingresos de ventas, manifestando que solo fue una pérdida de tiempo o un gasto innecesario. El principal problema es la resistencia al cambio que poseen los vendedores en los procesos o formas de actuar. La directiva no toma en cuenta la organización y coordinación que debe existir entre los vendedores. De seguir así, no estarán preparados para afrontar cambios tanto externos como internos, no podrán organizarse debido a que no poseen un objetivo en común. Por ello deben dejar de tener miedo a lo desconocido, y adaptarse a los nuevos cambios considerando los beneficios que pueden generar.

Por otro lado, los comerciantes mencionan que la calidad de servicio es solo decir palabras amables al cliente o esperar que el mismo escoja su producto sin darle atención, sustentando que sus productos son los únicos que están a un precio medible. Además, mencionan que los clientes se comportan de manera agresiva cuando no le ofrecen un producto a tiempo. Por este motivo, la calidad de servicio debe estar presente no solo en la interrelación entre el vendedor y el cliente, sino durante todo el proceso incluyendo el servicio pos-venta.

Asumiendo, que los clientes están insatisfechos a tal grado de recurrir a la violencia y no satisfacen las necesidades, tampoco entienden la situación por la cual pasa el consumidor, no muestran empatía ni son eficientes en la atención al cliente. Ante ello, la posible solución es ofrecer capacitaciones sobre la calidad de servicio, mostrando que la comunicación es la base de toda negociación.

Como problema general se plantea lo siguiente:

¿Cuál es la relación entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019?

Y como problemas específicos tenemos:

- ¿Cuál es la relación entre la gestión del cambio organizacional y los elementos tangibles en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019?

- ¿Cuál es la relación entre la gestión del cambio organizacional y la confiabilidad o fiabilidad en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión del cambio organizacional y la capacidad de respuesta en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión del cambio organizacional y la seguridad en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión del cambio organizacional y la empatía en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019?

La presente investigación se justificó en la redacción del plano se enfocó en analizar la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio, considerando que el grado de relación es un factor determinante, por consiguiente, la explicación detallada de las dimensiones de cada variable ampliara el punto de vista del investigador para revisar, desarrollar u objetar teorías. También empleo el uso del método científico, para lo cual se recurrirá a las bases teóricas con relación al cambio organizacional y calidad de servicio, además de seguir la estructura básica en el planteamiento de la investigación, recolectando información de la interacción entre los comerciantes con los clientes. A su vez, los resultados obtenidos servirán como una fuente bibliográfica para el enriquecimiento del conocimiento universal.

Como justificación social, las expectativas que un cliente tiene son cada vez más elevadas, por lo tanto, es esencial su análisis administrativo.

A nivel práctico, esta investigación se enfocó en la necesidad de cambio en la atención que brindan los vendedores de modo que se incremente el desempeño administrativo y social de ellos mismos, los resultados del proyecto permitirán sugerir tipos, estrategias o formas para afrontar o sobrellevar estos cambios organizacionales de manera individual y/o colectivamente con el objetivo de optimizar un servicio de calidad dirigidos hacia los clientes de Centro Comercial de Jوسفel.

A nivel metodológico, el proyecto de investigación mantuvo un enfoque cuantitativo determinando una valoración numérica de manera que sea replicable; de tipo aplicada, por la comprobación de resultados; de nivel correlacional, al medir la relación; de diseño no experimental al no manipular las variables y de corte transversal. También, se emplea la técnica de encuesta y el instrumento de medición cuestionario con una escala de Likert. Así mismo, la validez del instrumento de medición es delimitada por la aprobación de 4 expertos y la fiabilidad según Alfa de Cronbach.

Presenta como obj. general: Analizar la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.

Y tenemos como objs. específicos:

- Identificar la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y los elementos tangibles en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.
- Describir la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y confiabilidad o fiabilidad en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.
- Identificar la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y la capacidad de respuesta en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.
- Identificar la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y la seguridad en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019
- Determinar la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y la empatía en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.

Como hipótesis general:

Existe relación entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.

Y como hipótesis específicas:

- Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con los elementos tangibles en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.

- Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la confiabilidad o fiabilidad en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.
- Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la capacidad de respuesta en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.
- Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la seguridad en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.
- Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la empatía en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.

II. MARCO TEÓRICO

Se consideró los siguientes trabajos internacionales:

Sotelo y Figueroa (2017) "*El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior*" tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre las variables percibido por los trabajadores de una institución de nivel medio superior, particularmente dos colegios de bachilleres del estado de Durango, México. La investigación es no experimental, cuantitativa, correlacional y de corte transversal se empleó la técnica encuesta. Se concluye que existe una alta correlación.

Fernández (2015) realizó una investigación llamada "*calidad en atención a usuarios de la administración pública*" con el objetivo de diagnosticar la calidad en el servicio de atención, en la ciudad de Esquel, con ello determinar el nivel de satisfacción en esta institución, para esto se utilizaron dos cuestionarios que mide el grado como de percepción, se realizó entre enero y marzo del año 2015, es aplicada y básica ya que quiere hacer ver una realidad para luego detallarla, es descriptiva y correlacional, se basó en medir y describir los fenómenos, y uso métodos que permitan dar en conocimiento el comportamiento de las personas usuarias de esta entidad con un $Rho = 0.484$.

Castellanos y Patricia (2014) "*Importancia calidad del servicio en la industria cosmética*" tuvo como objetivo conocer la importancia de la Calidad del servicio en la industria. La invsg. es aplicada, explicativa y de enfoque cuantitativo, se aplicó la encuesta y el cuestionario. Como conclusión dice que la Calidad del servicio según las encuestas un 20,3% ocupando el segundo lugar después de la Calidad del producto con un 21,6%, en tercer lugar, exactitud de entrega con un 19,8%.

Continuando con el desarrollo, se menciona los antecedentes nacionales.

Mauricio (2018) "*Cambio Organizacional y Calidad de servicio en el Programa del Seguro Integral de Salud de Hospital de Vitarte 2018*", tesis realizada para obtener el título de licenciada, su objetivo fue determinar la relación que existe entre las

variables. Esta invsg. es aplicada con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, de diseño no experimental y de corte transversal. Por ende, existe una correlación positiva moderada $r=0,539$.

Pacheco y Marcelo (2018) "*Análisis de la Gestión Estratégica y su relación con el Cambio Organizacional en la municipalidad provincial de Pasco – 2016*", tesis realizada para optar el título de licenciamiento en Administración, se determinó la relación del modelo de la gestión estratégica y la gestión de cambio organizacional en la Municipalidad Provincial de Pasco durante el año 2016, es aplicada, de nivel correlacional y descriptivo, de diseño pre-experimental con una población total de 112 colaboradores y 71 de muestra, se aplicó la encuesta y el cuestionario respectivamente, donde se aplicó la escala de Likert. Dicho trabajo llegó a la conclusión que habiendo obtenido el valor T calculado de $27.53 > T_t = 1.98$; por ello se confirma su relación significativa.

Rojas (2017) "*Cultura Organizacional y la Calidad de Servicio en el Banco de la Nación oficina principal sede Huánuco - 2017*", tesis realizada para optar el grado de Maestro en Ciencias Administrativas con mención en Gestión pública, donde su objetivo fue determinar la influencia de la cultura organizacional en la calidad de servicio en el Banco de la Nación Oficina Principal Sede Huánuco – 2017, por ende, el trabajo es aplicada con un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo-correlacional y de diseño no experimental, con una muestra de 21 trabajadores, aplicó la técnica encuesta con el uso del instrumento cuestionario que consta de 10 preguntas, llegando a la conclusión que si hay influencia de una sobre la otra.

La gestión del Cambio Organizacional (CO) alude al proceso de mejora o de pérdida, es decir marca la diferencia de un individuo a otro. Por otra parte, el cambio organizacional es un conjunto de variaciones estructurales o del personal. Por ende, las empresas o retails toman decisiones sobre las acciones que conlleven a la adaptación del cambio o generarlo, aludiendo un nuevo comportamiento

organizacional, es decir evaluar las situaciones mediante un análisis complejo o simulaciones de posibles escenarios, con el fin de generar una mayor oportunidad en el aprovechamiento de las nuevas tendencias.

Gestión del cambio organizacional, es gestionar los procesos los cuales atraviesan por variaciones, transformación e interrupciones que pueden afectar de manera directa e indirecta, exigiendo una capacidad de adaptación (Miguel, 2018, p. 26).

Según Luna (2015, p. 179) menciona que la gestión del cambio en una organización es cuando se pasa de un estado a otro, generando alteraciones que influye en la realidad o entorno, en otras palabras, el cambio altera los planes que las organizaciones pudieran tener desde un principio y estas pueden ser medibles o estipuladas. A su vez, estos cambios se ven reflejados en la remodelación de procesos, del ambiente laboral, la estructura física, los horarios de los colaboradores entre otros.

Así mismo, Robbins y Coulter (2014, p. 191) nos dice que la mayoría de administradores y gerentes se ven obligados a cambiar ciertos aspectos de la organización que se vincula con el entorno laboral ya sea del personal, estructural o tecnológica, a cada una de estas alteraciones se les denomina cambios organizacionales, es decir los gestores deben asumir que el cambio es inevitable y la velocidad es aún más peligrosa, por ello se debe idear estrategias que apoyen de manera directa o indirecta, la competitividad de las empresas o retails, por ser de conocimiento universal, incentivando la innovación y mejora continua.

Según Luna (2015) existe modelos del cambio organizacional que son aplicables para cualquier empresa, retail y negocios de gran o pequeña escala. Continuando con el desarrollo de la primera variable se mencionaron teorías sobre la dimensión resistencia al cambio.

En esta etapa se incentiva a crear conciencia en las organizaciones sobre la necesidad de un cambio, es decir comprender como se encuentra la situación de la organización o empresa, tratando de reducir o minimizar la resistencia al cambio involucrando a todos los colaboradores o trabajadores a que sean partícipes de ello,

existen tres formas para lograrlo, según Luna es impulsar las fuerzas que lo favorecen, reducir las que lo dificultan o realizar la combinación de ambas (2015, p. 180), la primera en relación a las fuerzas impulsoras, la segunda a las fuerzas restrictivas y el último, menciona que las impulsoras deben superar a las restrictivas. Además de romper el statu quo o también conocido como zona de confort.

Consiste en alterar o modificar la situación, fomentando acciones, valores o procesos nuevos que permitan el progreso de la organización con la intención que el personal se comprometa con los nuevos cambios. Por ello los mecanismos establecidos para implementar estas modificaciones deben ser efectivos.

Entre los cuales se puede mencionar los paradigmas del cambio que consiste en un modelo de oposición al cambio, que puede generarse en distintos niveles. La mayoría de las personas sienten que el cambio es amenazante e incierto. De acuerdo con Valdivieso existen fuentes individuales de esta resistencia, como la personalidad, la percepción y las necesidades, por otra parte, las fuentes organizacionales residen en la conformación estructural de las empresas (2017, p. 16). En otras palabras, las fuentes individuales se relacionan con la necesidad de seguridad, hábitos, temores económicos, miedo por la cual se selecciona información conveniente para ellos mismo, y las fuentes organizacionales se vinculan con la inercia estructural, normas, el cambio es limitado debido al sistema de la organización y a la opinión de la mayoría de los grupos.

Como segunda dimensión está el cambio organizacional.

Los factores organizacionales que facilitan o dificultan al cambio según Isaza (como se citó en Ospina, Burgos y Madera, 2017) son los siguientes:

- Estructural: Se refiere a los procesos y actividades que maneja la organización, así como la división de las áreas, determinación de las autoridades, grupos de trabajo, entre otros.
- Talento Humano: Está íntimamente relacionado con las habilidades duras (dominio de idiomas, software, etc.) o blandas (asociadas con la personalidad como la capacidad de liderazgo, etc.) de los colaboradores, además de

aprovechar las competencias propias o relacionadas a la formación empresarial.

- Tecnológico: Analiza la eficiencia en el uso de equipos o maquinas tecnológicas con el fin de aprovechar sus beneficios para el desarrollo creciente de la empresa.
- Cultural: Este aspecto abarca, un conjunto de ideas, costumbres y conocimientos propios de las organizaciones que permiten los cambios o modificaciones hasta cierto punto.

Las interacciones: Son las relaciones que se dan entre las personas, grupos, áreas, etc. por medio de elementos visuales o no visuales como la comunicación mediante redes sociales, conferencias, vía online, mensajes de texto entre otros.

Continuando con el estudio se menciona la reingeniería o reestructuración. Indica estabilizar los nuevos patrones de comportamientos del personal, deben ser reconocidos por las partes interesadas con el fin de garantizar su eficiencia y eficacia. En este aspecto pueden ser detectados por un agente de cambio o las personas involucradas, dichos problemas normalmente están relacionados con la estructura de la empresa, la falta de comunicación, descoordinación, ausencia de líderes eficientes, entre otros.

Las personas especializadas en tratar estos temas suelen dominar el manejo de cada proceso, por esta habilidad se les denomina agentes de cambio.

Las organizaciones tienen productos o servicios que forman parte de un ciclo de vida el cual no es fácil de equilibrarlo o mantenerlo con el objetivo de asegurar su existencia. El cambio requiere de alguien capaz de asumir el análisis y la dirección del proceso de cambio, debido a ello Tarazona (2017, p. 27) dice las organizaciones necesitan de líderes que incentiven el cambio y la innovación, es decir un agente de cambio es capaz de manejar lo nuevo, es participativo en la organización, es proactivo

con aptitudes y actitudes acorde al cargo o responsabilidad designada, capaz de fomentar la unión en la empresa.

Por lo general quien asume esta posición, son los gerentes o algún otro empleado calificado por la amplia comprensión en procesos operativos y del personal, también existe la posibilidad de contratar a consultores externos que apoyen y brinden consejos desde una perspectiva objetiva. Por consiguiente, un agente de cambio exige voluntad y la capacidad de manejar las dificultades inesperadas, desarrollando los potenciales del sistema organizacional, generando datos válidos, compromiso responsable con la finalidad de tomar una decisión consiente e informada.

Se basa en escoger los instrumentos más adecuados para la recolección de datos e información del problema, Luna (2015) dice que el consultor emplea el uso del cuestionario, la monitorización de procesos y análisis de la información de desenvolvimiento organizacional (p. 183), en otras palabras, se debe observar cuanto tiempo toma realizar cada proceso, analizar las reacciones o incomodidades del personal, así como su desenvolvimiento para medir con precisión los problemas identificados. Por lo cual el diagnostico preliminar debe reflejar la situación.

La información obtenida en el anterior paso debe ser transmitida primordialmente a las personas involucradas con el problema, teniendo en cuenta los aspectos que favorecen o disminuyen el clima y la productividad de la organización.

Un grupo de especialistas ya sean internos o externos (personas contratadas por la organización) deben llegar a una conclusión conjunta determinando si problema es real o no y cuánto puede afectar a la organización, por eso debe tener en cuenta las perspectivas del cliente acerca del producto o servicio ofrecido. Además, el agente de cambio trabaja constantemente en las posibles soluciones que deberían ser implantadas. En esta etapa, se toman las acciones correctivas que dependerán netamente del problema, como la cultura, el clima laboral, el tiempo y los costos que pueden generar la reestructuración de cada proceso.

Integración de los datos después de la acción

Se debió realizar una recopilación de todas las acciones que se realizaron y las consecuencias o beneficios que proporcionaron a la empresa. Así como los que integraron dicho plan.

A continuación, se detalló definiciones y teorías sobre la segunda variable.

La calidad en la atención a los clientes se ha ido expandiendo, constituyendo estrategias para aumentar los ingresos de la orgz. por medio de ventas. Al tratar de definirlo se debe tener en cuenta la empresa, retail u organización y lo que espera el cliente o consumidor.

Según Lata y Narta (2019) lo define como una serie de aspectos de un producto o servicio cumpliendo las expectativas del cliente (p. 8). Es decir, la calidad es subjetiva y cambiante.

Por lo tanto, Rojas (2017, p.30) dice que la calidad no solo debe estar presente en el producto o servicio final, sino durante todo el proceso, es decir la calidad está en cada proceso que la organización realiza para producir y vender un producto. Así mismo, el cliente define en muchos casos la calidad, mediante la satisfacción que este le produce.

De acuerdo con Rojas (2017) menciona cinco dimensiones.

Los clientes pueden percibir los elementos tangibles de distintas formas como el ambiente, la iluminación, el orden de la instalación, la concepción de centros recreativos o juegos inflables para los niños, espacios amplios, entre otros, todo ello se relaciona con la estructura interna que maneja la organización.

Según Mosquera (2017) menciona que los clientes miden el valor del resultado de acuerdo con la evidencia tangible del servicio (p. 26), en otras palabras, la compra se fundamentó en la apariencia del ambiente y en la necesidad de tener comodidad.

También se considera la apariencia (vendedores), es decir si se mantiene una imagen pulcra, así como la similitud en los uniformes que utilicen los colaboradores de una organización o empresa.

Propiamente dicho el centro comercial debe mantener una limpieza constante dentro y fuera de las instalaciones, verificando que el estado sea el óptimo posible.

Confiabilidad o fiabilidad, se fundamenta en ofrecer un servicio de forma correcta, veraz y honesta. Ramírez (2017) dice que la “Confiabilidad [es] Considerada como la habilidad de prestar servicio tal como se ha prometido, sin errores [...]” (p. 20). En otras palabras, se debe ofrecer un buen servicio cumpliendo con las expectativas esperadas, mostrando amabilidad y compromiso en la solución de inquietudes que pueda tener el cliente o consumidor.

Así mismo, el área de ventas debe identificar con precisión un diagnóstico sobre el producto solicitado por parte del cliente, es decir identificar que problemas tiene el producto o en que aspecto debe mejorar, por ello la empresa debe recopilar la información que obtenga por medio de recomendación de clientes fidelizados o por consejos de los propios vendedores.

Además, la disposición con la cual se atiende a los consumidores se basa en las habilidades, estrategias o técnicas que tengan los vendedores para dirigirse a los clientes y concretar la venta, además de conocer las funcionalidades y beneficios del producto.

Capacidad de respuesta, es la disposición y la rapidez en la atención hacia el cliente (Mauricio, 2018, p. 25), es decir ofrecer un servicio rápido teniendo en cuenta que este aspecto lo aplican mayormente las organizaciones de comida rápida, siendo uno de los lemas principales de publicidad el *Just in time* que significa justo a tiempo. La capacidad de respuesta determina cuan preparado esta una empresa para satisfacer a los clientes.

El tiempo que demora en fabricar el producto, seleccionarlo o llevarlo al alcance del cliente cuentan como puntos positivos o negativos con relación a cuanto está dispuesto el cliente a esperar por dicho producto.

La eficiencia en la atención al cliente dictamina como se utiliza los recursos tecnológicos, humanos, técnicos, entre otros, para consolidar estrategias de cierre de venta.

Comunicación está presente en el comportamiento, el lenguaje, la actitud asertiva, el saber escuchar al cliente y las explicaciones claras que puedan dar los vendedores sobre el producto o servicio.

La seguridad se fundamenta en la calidad que se ofrece al cliente en relación del producto o tipo de servicio, así como la integridad del personal. Además, los vendedores deben contar con el suficiente conocimiento para ejecutar de forma satisfactoria la labor asignada.

De acuerdo con Mosquera (2017) el cliente es perceptivo a la experiencia de servicio ya sea favorable o desfavorable (p. 27), por ello la organización debe priorizar la gestión de la seguridad asegurando la integridad del cliente.

Por lo tanto, la información precisa acerca del cliente aumentará las posibilidades de saber, si la organización está dirigiéndose por un buen camino, estableciendo una relación entre el producto y un precio acorde a ello, verificar el estado del producto (si esta se encuentra defectuoso), la presencia de agentes de seguridad muestra confianza y seguridad en los clientes debido a que disminuye la posibilidad de robos, estafas y pérdidas.

Empatía, es brindar al cliente una atención o servicio el cual ayude a entender lo que piensa y siente, mejorando la comunicación, simpatía y el desarrollo en la interrelación en los clientes. De acuerdo con Ramírez (2016) la empatía “[...] estudia si la atención al usuario es individualizada [...]” (p. 21), es decir, si la atención es personalizada con cada cliente, tomándose un determinado tiempo para ofrecerle productos que se ajusten a la situación financiera del propio, considerando que el cliente es importante.

Empatía Cognitiva, permite a los vendedores ponerse en el lugar de los clientes, evaluando lo que necesita o lo que podría necesitar en un futuro cercano, esta habilidad puede ser entrenada y desarrollada bajo la supervisión de un especialista en un periodo de tiempo aceptable, en algunos casos personas vinculadas al área de venta poseen estas competencias como su desarrollo personal.

La percepción de los clientes, está relacionada con la prestación del mismo teniendo en cuenta un antes, durante y después del servicio brindado, en muchos

casos la post-venta forma parte de ello, la elección de la empresa al ofrecer regalos, entre otros.

Satisfacción del cliente se vincula con el objetivo por el cual se usa o emplea un producto, las necesidades del consumidor son fuentes de ingreso para la empresa y también es un medio para diversificar los productos, según Andía et al (2002, citado por Ramírez, 2016) estos están sujetos a diversos factores como los culturales, las expectativas, valores, necesidades personales, además de pasar por una organización sanitaria. En otras palabras, todos los servicios o productos que ofrecen los centros comerciales, empresas, *retails*, etc., deben pasar por un marco legal donde las autoridades procuren que no exista intoxicación por su uso o generen daños colaterales por la empleabilidad del producto.

El cliente está satisfecho siempre y cuando el producto hay cubierto en la totalidad las necesidades primordiales que tenían, además, el vendedor debe dar un trato personalizado y acorde a la situación, con una actitud asertiva.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Enfoque

Siguió un enfoque cuantitativo debido a la valoración numérica de las variables. Hernández (2014) dice que el enfoque cuantitativo es cuando se comprueba la hipótesis mediante medición numérica a fin de probar nuevas teorías o variaciones en las aplicaciones del entorno (p. 4), por ello las variables son medidas con una puntuación numérica.

3.1.2. Tipo

Es aplicada, porque busca que el conocimiento se convierta en práctica de manera que sea útil, es decir, el estudio de las variables, el contexto o problemática deberán pasar por un proceso donde se planteen hipótesis y estas lleguen a ser comprobadas. Por su parte, Baena (2014) dice que se basa en la acción de un objeto de estudio de un problema evaluando posibilidades concretas (p. 11), es decir resolver necesidades, como la insatisfacción que sienten los clientes del centro comercial con el comportamiento de los vendedores.

3.1.3. Nivel

Es correlacional por la búsqueda del grado de relación existente entre las variables. Por ello dice Hernández (2014) que mide el grado de asociación entre variables (p. 93), es decir analiza el vínculo existente entre los conceptos o variables de estudio.

3.1.4. Diseño

Es de diseño no experimental de corte transversal, debido a que mide la relación entre las variables.

3.2. Variables y Operacionalización

3.2.1. Gestión del cambio organizacional

Definición Conceptual

Es gestionar los procesos los cuales atraviesan por variaciones, transformación e interrupciones que pueden afectar de manera directa e indirecta, exigiendo una capacidad de adaptación. (Miguel, 2018, p. 26).

Definición Operacional

La gestión del cambio cuenta con 3 dimensiones y cada una de las dimensiones cuenta con tres indicadores, medidas mediante la encuesta, usando el cuestionario, valoradas a través de la escala de Likert que cuenta, y finalmente sea procesado mediante el SPSS v25 para definir su relación.

3.2.2. Calidad de servicio

Definición Conceptual

Según Lata y Narta (2019) lo define como aspectos de un producto o servicio cumpliendo las expectativas del cliente (p. 8).

Definición Operacional

La calidad de servicio cuenta con 5 dimensiones y cada uno de las dimensiones cuenta con tres indicadores, medidas mediante la encuesta, usando el cuestionario, valoradas a través de la escala de Likert que cuenta, y finalmente sea procesado mediante el SPSS v25 para definir su relación.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La población es infinita porque se desconoce la cantidad, para esta investigación la población son todos los clientes que asisten al centro comercial a realizar compras de cualquier tipo de accesorio, ropa, objetos, entre otros, por eso Hernández, Fernández y Baptista (2014) nos menciona que la población es conformada por elementos que comparten características homogéneas (p. 174). Por lo tanto, la población de estudios estará conformada por los clientes entre mujeres y varones del Centro Comercial Josfel, distrito de Ate.

3.3.2. Criterios de selección

- Criterios de inclusión

Se considera a los clientes entre mujeres y varones, mayores de edad que frecuenten y compren en el centro comercial Jوسفel, Ate 2019.

- Criterios de exclusión

Se excluye a todas las personas que no suelen asistir ni comprar en dicho centro comercial.

3.3.3. Muestra

Es parte representativa de la población, sirvió para recolectar información relevante y veraz, de acuerdo con Baena (2017) nos dice que es la fracción de la población (p. 125), es decir, la muestra es una cantidad representativa de la población.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{E^2}$$

Dónde:

n: Tamaños de muestra

p: Éxito

Z: Valor - confianza

q: 1-p

E: Error

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(5\%)^2}$$

$$n = 385 \text{ clientes}$$

De acuerdo con la formula la muestra será comprendida por 385 personas a las cuales se tomó como representación.

3.3.4. Unidad de análisis

Se basó en un muestreo no probabilístico, donde los elementos son por criterio del investigador, y se aplicó el tipo de muestro por conveniencia, debido a la comodidad, accesibilidad, disponibilidad y ahorro de costos. Así mismo, se tomó a en cuenta a la

muestra escogida o delimitada de clientes que asisten al centro comercial Jوسف del presente año.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

Lopez (2015) menciona que la encuesta es una técnica que sirve para recolectar información de uno o varios elementos de estudios (p. 45). Por lo tanto, el uso de este medio será de vital importancia para el investigador. Por consiguiente, estarán enfocadas a los clientes que asisten al centro comercial Jوسف.

3.4.2. Instrumento

Se usó el cuestionario por su rapidez, comodidad y flexibilidad, adaptándose a las posibilidades del investigador. De acuerdo con Jordan (2016) nos dice que el cuestionario está compuesto por una serie de interrogantes.

Por eso, el cuestionario estuvo delimitado por 55 ítems, fueron determinadas en la Matriz de Operacionalización: 19 ítems permitieron analizar la gestión del cambio organizacional y 36 ítems determinó que tan buena es la calidad de servicio. El cuestionario de 55 ítems fue validado por el juicio de 4 expertos así mismo, tuvo como resultado un 0.825 por lo tanto es confiable y aplicable.

Tabla 1 Técnica e instrumento de recolección de datos

| Variable | Técnica | Instrumento |
|-----------------------------------|----------------|--------------------|
| Gestión del cambio Organizacional | Encuesta | Cuestionario |
| Calidad de servicio | Encuesta | Cuestionario |

- **Validez**

La validación del instrumento en la investigación, se verificó por medio de 4 expertos con grado de Doctorado y Maestría con conocimientos extensos de la variable, así mismo se le hizo entrega a cada uno de ellos, una matriz de evaluación para que

califiquen objetivamente el instrumento (cuestionario) y su fiabilidad, mediante esta fórmula:

$$C = \frac{\sum_{i=1}^C \sum_{j=1}^K X_{ij}}{C * K} \%$$

Dónde:

CV: Coeficiente de Validación

Xij: Valoración

C: N° de criterios

K: N° de expertos

A continuación, en la tabla N° 2 se presenta el grado y el nombre de los cuatro expertos:

Tabla 2 Consolidado de expertos

| Variable | Técnica |
|-----------------|-----------------------------------|
| Experto N° 1 | Dr. Doria Gonzales, Briceño |
| Experto N° 2 | Mg. Perez Huamán, Julio Roberto |
| Experto N° 3 | Mg. Aramburú Geng, Carlos Abraham |
| Experto N° 4 | Dr. Navarro Tapia, Javier Felix |

Tabla 3 Validación de instrumentos por juicio de expertos

| Expertos | Dr. Briceño Doria Gonzales | | Mg. Julio Roberto Perez Huamán | | Mg. Aramburú Geng, Carlos Abraham | | Dr. Navarro Tapia, Javier Felix | | Promedio por indicador | | Promedio total |
|-----------------|----------------------------|------|--------------------------------|------|-----------------------------------|------|---------------------------------|------|------------------------|------|----------------|
| | 1era | 2da | 1era | 2da | 1era | 2da | 1era | 2da | 1era | 2da | |
| | Var. | Var. | Var. | Var. | Var. | Var. | Var. | Var. | Var. | Var. | |
| Claridad | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Objetividad | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Pertenencia | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Actualidad | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Organización | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Suficiente | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84 % | 85% | 84.5% |
| Intencionalidad | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Consistencia | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Coherencia | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Métodología | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |
| Total | 80% | 82% | 82% | 82% | 82% | 85% | 90% | 90% | 84% | 85% | 84.5% |

Conforme a la table 3. La gestión del cambio organizacional es de 84%, indicando que es confiable en el momento de aplicarla. Asimismo, la calidad de servicio es de 85%, confirmando su confiabilidad.

- **Confiabilidad**

Para la confiabilidad se empleó el programa SPSS versión 25, de esta forma la fiabilidad se sustenta en los rangos de magnitud que posee el alfa de Cronbach, midiendo el cálculo con el grado de consistencia de cada pregunta y respuesta de las personas encuestadas, que primeramente pasaron por una prueba piloto confirmando su flexibilidad aso como el inicio de la investigación. La medición según Lao y Takakuwa (2016) es atreves de un constructo de ítems . De acuerdo con Fernández (2016) le menciona que la medida de la fiabilidad se lleva a cabo por el uso del Alfa de Cronbach.

Tabla 4 Estadísticos de fiabilidad de Gestión del Cambio Organizacional y Calidad de Servicio

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| ,825 | 55 |

De acuerdo con el resultado obtenido el instrumento que se utilizó en la investigación es de 0.825 es decir, que el coeficiente del alfa es muy alto.

Tabla 5 Estadísticos de fiabilidad de Gestión del Cambio Organizacional

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| ,858 | 19 |

De acuerdo al resultado obtenido el instrumento que se utilizara en el análisis de la variable gestión del cambio es de 0.858 que el coeficiente del alfa es muy alto.

Tabla 6 Estadísticos de fiabilidad de Calidad de Servicio

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| ,705 | 36 |

De acuerdo con el resultado obtenido el coeficiente es 0.705.

3.5. Procedimiento

Para iniciar la investigación fue necesario identificar la problemática del centro comercial, después se eligió el tema de investigación, análisis y selección de los antecedentes en los distintos niveles. Seguidamente de la formación del esquema, introducción, desarrollo, donde se visualiza la justificación, metodología, resultados (aplicación del SPSS), entre otros. Finalmente se evalúa su correlación presentando la discusión y conclusiones respectivas.

3.6. Método de análisis de datos

Este proceso de recopilación de información mediante el uso de un instrumento de mediación que este caso es un cuestionario reorganizando la información recolectada en Microsoft Excel para facilitar su aplicación en SPSS.

Por ello, se utilizará y manipulará el programa estadístico explorando datos e información de las encuestas, asimismo se evaluará la confiabilidad.

3.6.1. Análisis de datos descriptivos

El análisis estadístico descriptivo de las principales variables, donde se estudió las dimensiones obtenidas por los autores bases, serán distribuidas en tablas.

3.6.2. Análisis de datos inferencial

Se utilizó el análisis inferencial para contrastar la hipótesis mediante el Rho = Spearman, asimismo Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirmaron que esta mide la correlación para variables ordinales, en otras palabras, deben contener una muestra ordenada por rangos utilizando la escala de Likert, se concluirá con los resultados.

3.7. Aspectos éticos

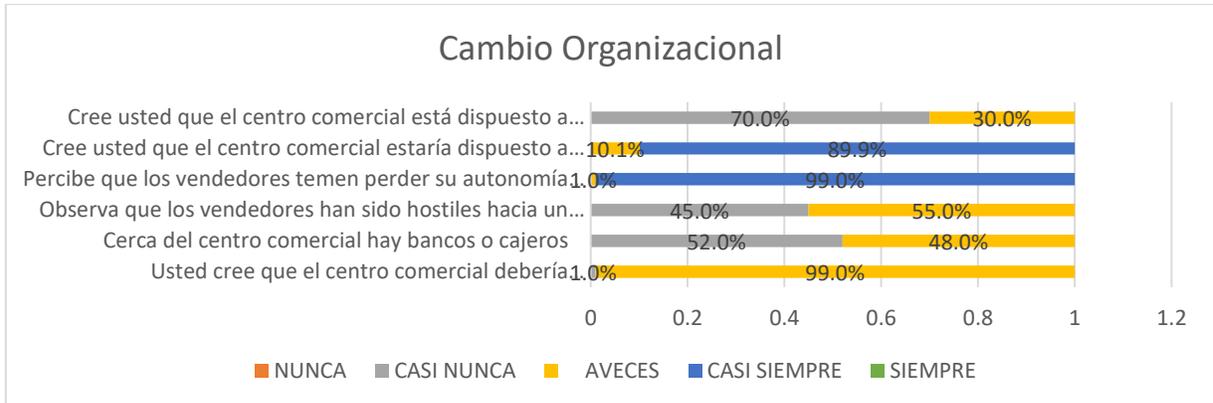
Se utilizó diferentes citas textuales y parafraseo como fuentes bibliográficas respetando los derechos de autores y la calidad de los datos, siempre se trabajó bajo una ética profesional con el fin de demostrar el grado de profesionalismo que poseen

los estudiantes de esta universidad. Además, el proyecto de tesis realizada no es solo un procedimiento técnico, sino es un acto responsabilidad mediante la recolección de datos, por lo tanto, se hizo presente a las personas encuestadas o influyentes sobre el propósito de la investigación así mismo no se invadió su privacidad debido a que hubo de por medio un permiso, de esa manera se puede afirmar que los datos obtenidos son verdaderos, reales y fieles a su propia naturaleza.

IV. RESULTADOS

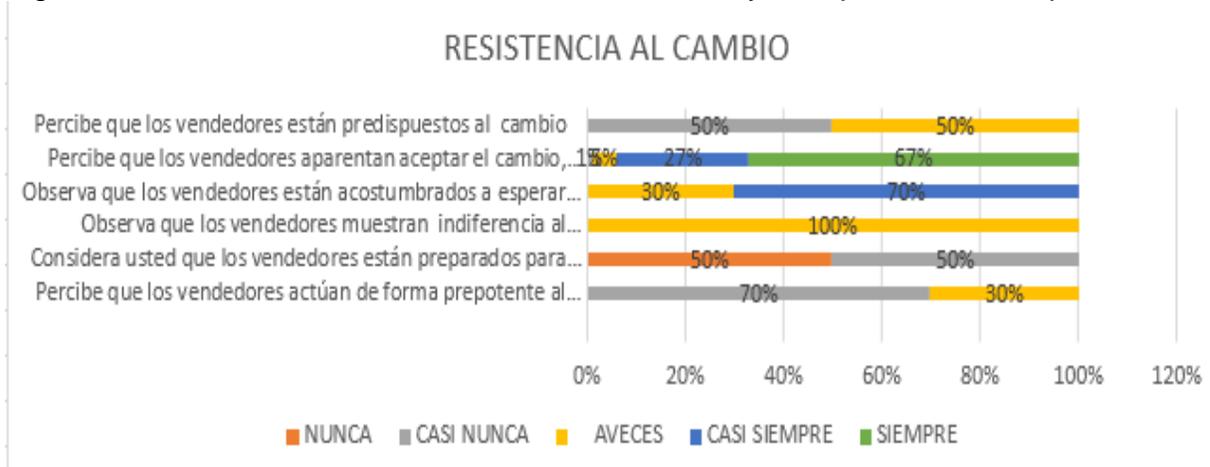
4.1. Estadística descriptiva

Figura 1 Relación entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio



Con respecto a los indicadores de la Cambio organizacional desde la perspectiva de los clientes, en un 70% muestra índices que el centro comercial no estaría dispuesto a incorporar las opiniones de sus clientes y un 99% percibe que los vendedores temen perder su autonomía en las ventas.

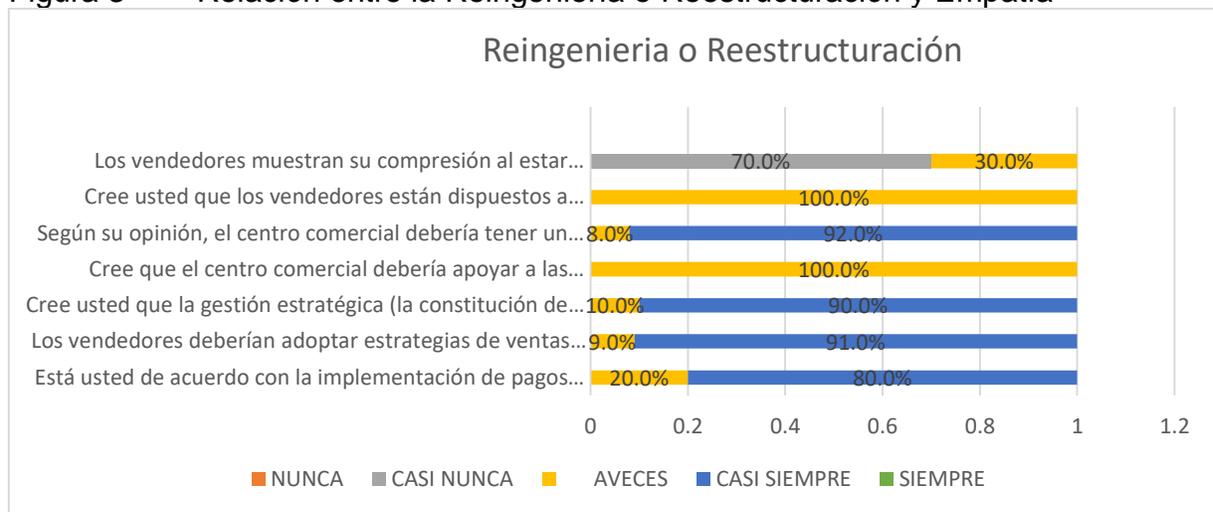
Figura 2 Relación entre la resistencia al cambio y la capacidad de respuesta



Interpretación:

La resistencia al cambio de los clientes muestra índices los vendedores aparentan aceptar el cambio un 67%, además de que están acostumbrados a esperar a que el cliente pregunte primero sobre el producto un 70%.

Figura 3 Relación entre la Reingeniería o Reestructuración y Empatía



Con respecto a los indicadores de la reingeniería o reestructuración, los clientes opinan en un 90% que una buena gestión estratégica (la constitución de una misión, visión, los valores y los objetivos) influye en bienestar de centro comercial. Así mismo, el 91% piensa que los vendedores deberían adoptar estrategias de ventas. Por último, los clientes mencionan que se debería implementar los pagos con tarjetas de crédito.

4.2. Estadística Inferencial

Prueba de Normalidad

El instrumento estadístico, involucra las variables, determinando si la información, mantiene una distribución normal o no.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestan que la normalidad de la distribución en muestras mayores a 100 no siempre obedece a la normalidad de la distribución de los elementos. Es decir, distribución normal es continua basada en la homogeneidad.

Además, se usó el SPSS versión 25 para calcular en proceso de distribución de las variables. (Tabla 10). Asimismo, Romero y Ferraz (2018) menciona que las pruebas paramétricas y no paramétricas se puede llevar a cabo en el contraste estadístico (p. 138), es decir el programa SPSS proporciona un apoyo estadístico teniendo en cuenta

en número de la muestra de la cual para Kolmogorov-Smirnova, el tamaño de la muestra es mayor 50 y para Shapiro-Wilks se emplea cuando es igual o inferior a 50.

Tabla 7 Prueba de normalidad de gestión del cambio organizacional y calidad de servicio

| | Pruebas de normalidad | | | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadístico | Gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | ,343 | 388 | ,000 | ,636 | 385 | ,000 |
| CALIDAD DE SERVICIO | ,329 | 385 | ,000 | ,655 | 385 | ,000 |

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente tabulación de CO y CS

Se trabajó con la primera prueba, los resultados de la tabla N° 10, es nivel de Sig. 0.000 siendo menor a 0.05, lo cual representa que no existe una distribución normal de datos entre ambas.

Estadístico no paramétrico

En la tabla N°10, se observa que los datos siguen una distribución no normal, por ello Hernández, Fernández y Baptista (2014) dice que es no paramétrica debe aceptar una distribución no normal. Por ello, el presente estudio se concreta en un análisis no paramétrico.

Asimismo, Flores, Miranda y Villasis (2107) menciona que la prueba corresponde al coeficiente de correlación de Spearman (p. 3699). Por ello, se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman.

Contrastación de la hipótesis

Para realizar la interpretación de los valores identificados en la correlación se debe tener en cuenta la tabla 8.

Prueba de hipótesis

Prueba de Hipótesis general

- H0: No existe relación entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.
- H1: Existe relación entre la gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019.

Tabla 8 Prueba de contrastación de hipótesis general entre la gestión del cambio y la calidad de servicio

| | | | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | CALIDAD DE SERVICIO |
|-----------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|---------------------|
| Rho de Spearman | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,319** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 385 | 385 |
| | CALIDAD DE SERVICIO | Coeficiente de correlación | ,319** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 385 | 385 |

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

Teniendo en cuenta la hipótesis general formulada, en la Tabla N° 12 se puede observar que el valor de Sig a 0.000 menor a $p=0.05$, indicando que si existe relación.

Por ende, hay suficiente evidencia para afirmar su relación, mediante un Rho = ;319. En conclusión, existe una correlación positiva media.

Prueba de hipótesis entre la gestión del cambio y los elementos tangibles

- H0: No existe relación entre la gestión del cambio organizacional con los elementos tangibles en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019
- H1: Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con los elementos tangibles en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019

Tabla 9 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y los elementos tangibles

| | | | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Elementos Tangibles |
|-----------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|---------------------|
| Rho de Spearman | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,353** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 385 | 385 |
| | Elementos Tangibles | Coeficiente de correlación | ,353** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 385 | 385 |

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

Teniendo en cuenta la hipótesis, en la Tabla N° 13 se puede observar un valor de Sig de 0.000, menor a $p=0.05$. Indicando que existe relación.

Por ello, hay suficiente evidencia para afirmar su relación, mediante un Rho = ;353. En conclusión, existe una correlación positiva media.

Prueba de hipótesis específicas

- H0: No existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la confiabilidad o fiabilidad en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019
- H1: Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la confiabilidad o fiabilidad en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019

Tabla 10 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y la confiabilidad o fiabilidad

| | | | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Confiabilidad o fiabilidad |
|----------------------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|----------------------------|
| Rho de Spearman | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,354** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 385 | 385 |
| Confiabilidad o fiabilidad | | Coeficiente de correlación | ,354** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 385 | 385 |

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

Teniendo en cuenta la hipótesis específica formulada, en la Tabla N° 14 se observa el valor de Sig es 0.000 menor a $p=0.05$. Indicando que existe relación.

Por ende, hay suficiente evidencia para afirmar su relación, mediante un Rho = ;354. En conclusión, existe una correlación positiva media.

- H0: No existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la capacidad de respuesta en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019
- H1: Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la capacidad de respuesta en los clientes del Centro Comercial Jوسفel, Ate 2019

Tabla 11 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y la capacidad de respuesta

| | | | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Capacidad de respuesta |
|------------------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| Rho de Spearman | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,354** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 385 | 385 |
| Capacidad de respuesta | Capacidad de respuesta | Coeficiente de correlación | ,354** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 385 | 385 |

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

Teniendo en cuenta la hipótesis específica formulada, en la Tabla N° 15, el valor de Sig es 0.000 menor a $p=0.05$. Indicando que existe relación.

Por ello, hay suficiente evidencia para afirmar su relación, mediante un Rho = ;354. En conclusión, existe una correlación positiva media.

- H0: No existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la seguridad en los clientes del Centro Comercial Jوسف, Ate 2019
- H1: Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la seguridad en los clientes del Centro Comercial Jوسف, Ate 2019.

Tabla 12 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y la seguridad

| | | | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Seguridad |
|-----------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|-----------|
| Rho de Spearman | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Coeficiente de correlación | 1,000 | -,165 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,010 |
| | | N | 385 | 385 |
| Seguridad | | Coeficiente de correlación | -,165* | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,010 | . |
| | | N | 385 | 385 |

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Teniendo en cuenta la hipótesis específica formulada, en la Tabla N° 16 se puede observar que el valor de Sig es 0.01 el menor a $p=0.05$. Indica que existe.

Por ende, se afirma su relación, mediante un $Rho = -1.65$. En conclusión, existe una correlación negativa considerable.

- H0: No existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la empatía en los clientes del Centro Comercial Josfel, Ate 2019.
- H1: Existe relación entre la gestión del cambio organizacional con la empatía en los clientes del Centro Comercial Josfel, Ate 2019.

Tabla 13 Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión del cambio y la empatía

| | | | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Empatía |
|-----------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|---------|
| Rho de Spearman | GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,354** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 385 | 385 |
| Empatía | | Coeficiente de correlación | ,354** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 385 | 385 |

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

Teniendo en cuenta la hipótesis específica formulada, en la Tabla N° 17 tiene un valor de Sig es 0.00 el menor a $p=0.05$. Indicando que existe relación.

Por ello, hay suficiente evidencia para afirmar su relación, mediante un $Rho = ;354$. En conclusión, existe una correlación positiva media.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos sobre las variables nos permite su comparación.

Según el obj. general, analizar la relación existente entre las principales variables, los resultados mencionados en la Tabla N° 12 dice que existe una correlación media entre las variables con un $Rho = 0.319$ y con sig. de 0.01 (bilateral). Comparado con Mauricio (2018), en su investigación, concluye que existe una correlación positiva moderada entre las variables con un $rho = 0.539$ con un nivel de significancia de 0.01 (bilateral) aludiendo que los cambios afectan al personal, los procesos, etc., donde la resistencia al cambio de las personas es frecuente. Asimismo, en la investigación Ríos y Chirino (2014) titulada *Gestión administrativa y calidad de servicio según el personal técnico administrativo de hospital Víctor Larco Herrera – 2014*, concluye que existe relación directa y significativa con un valor Rho Spearman de ,685 y un valor $p = ,000$ menor que el nivel 0,05 estadísticamente confirmando su relación, con estos resultados se afirma la relación entre las variables. Además, Luna (2015) menciona que el cambio en una organización es cuando se pasa de un estado a otro, generando alteraciones que influye en la realidad o entorno.

De acuerdo a al primer objetivo específico, considerando el resultado de la Tabla N° 13 se obtuvo como Rho de 0.353 y un valor de sig. = 0.000, determinando que existe una correlación positiva media, que al ser comparados con Perez (2018) en su tesis, concluyo que existe una correlación muy fuerte y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,889$). Asimismo, en la investigación Rojas (2017) en su investigación titulada *Calidad del Servicio y Gestión del cambio en la Institución Educativa 1047 Juana Infantes Vera-Agustino 2017*, el concluye que existe un $Rho = 0.612$ que demuestra la relación significativa entre ellas, con estos resultados se afirma la relación existente entre la gestión del cambio y los elementos tangibles. Además, Mosquera (2017) los clientes miden el valor del resultado de acuerdo a la evidencia tangible del servicio (p.26).

Siguiendo con el desarrollo, el segundo objetivo específico, el análisis descrito en la Tabla N°14 describe una correlación positiva media con un Rho de 0.354 y sig. de 0.000 (bilateral), que al ser comparados con Perez, J. (2018). *Calidad de servicio y gestión del cambio en la Municipalidad Provincial de Huaral, 2018*, concluye que existe una correlación muy fuerte y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,896$), por lo que se concluye en una correlación. Con ello, se afirma la relación entre gestión del cambio organizacional y la confiabilidad o fiabilidad. Por ello la calidad de servicio se basa en la confidencialidad y en cumplimiento de una promesa contractual, además Ramírez (2016) dice que la confiabilidad se muestra como la habilidad de prestar servicio tal como se ha prometido (p. 20).

Con respecto al tercer objetivo específico, se obtuvo un Rho Spearman de 0.354 con un valor de significancia de 0.000 siendo menor a 0.05, por lo tanto se rechazó la H0 y se aceptó la H1 la cual indica que existen una correlación positiva, mencionada en la Tabla N° 15, del mismo modo comparando con el autor Rojas (2017) en su investigación titulada *Calidad del Servicio y Gestión del cambio en la Institución Educativa 1047 Juana Infantes Vera-Agustino 2017*, que existe un Rho = 0,781 que demuestra la relación significativamente fuerte, del mismo modo el autor Mauricio (2018), en su investigación *Cambio Organizacional y Calidad de Servicio en el programa de Seguro Integral de Salud de Hospital Vitarte 2018*, concluye afirmando que existe una correlación positiva moderada entre gestión del cambio organizacional y capacidad de respuesta con un rho=0.564 con un nivel de significancia de 0.00 (bilateral). Con estos resultados se afirma la relación entre gestión del cambio organizacional y la capacidad de respuesta. Mencionando la importancia del tiempo en la atención del cliente, así como la comunicación fluida y eficaz, asimismo Ros (2016) entiende por tal disposición de atender y dar un servicio rápido.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos planteados en la presente investigación y la recopilación de los resultados obtenidos se han elaborado las siguientes conclusiones:

Primera. - Se logró analizar que, si existe relación entre las variables donde el valor de significancia es igual a 0.000 (bilateral), siendo menor a 0.05, obteniendo un resultado de Spearman de 0.319, concluyendo que poseen una correlación positiva media. En consecuencia, los resultados dan mención que una buena gestión del cambio organizacional indudablemente incrementa la satisfacción de los clientes con relación a la calidad de servicio.

Segundo. - Se logró identificar que, si existe relación entre gestión del cambio organizacional y los elementos tangibles en los clientes del Centro comercial Jوسفel, Ate 2019, donde el valor de sig. es igual a 0.000 (bilateral), obteniendo un resultado de Spearman de 0.353, donde se concluye que poseen una correlación positiva media. En consecuencia, los resultados dan mención que unas buenas gestiones del cambio organizacional en los vendedores crean un fuerte vínculo entre ellos, la cual se ve reflejado en la estructura organizacional.

Tercera. - Se logró describir la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y confiabilidad o fiabilidad en los clientes del Centro comercial Jوسفel, Ate 2019, con un Rho Spearman de 0.354 y un nivel de sig. de 0.000 (bilateral) se concluye que existe una correlación positiva media entre gestión del cambio organizacional y la confiabilidad o fiabilidad. Es decir, la confiabilidad se ve reflejado en la satisfacción del cliente, de modo que solo se puede maximizar los resultados si cada uno de los puestos trabaja como un todo.

Cuarto. - Se logró identificar la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y la capacidad de respuesta en los clientes del Centro comercial Jوسفel, Ate 2019, donde se obtuvo Rho Spearman de 0.604 con un valor de sig. de 0.000 siendo menor a 0.05.

Quinto. - Se identificó la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y seguridad en los clientes del Centro comercial Jوسفel, Ate 2019; donde y un valor de sig. es de 0.00 (bilateral) siendo este menor a 0.05 aceptando la hipótesis alterna.

Sexto. - Se determinó la relación existente entre la gestión del cambio organizacional y la empatía en los clientes del Centro comercial Jوسفel, Ate 2019; se obtuvo como Spearman de 0.604 y un valor de sig. = 0.000, se concluye que existe una correlación positiva considerable.

VII. RECOMENDACIONES

Se presenta las recomendaciones del caso.

Primera. - De acuerdo con la correlación positiva, se recomienda mejorar la gestión del cambio y su resistencia, estableciendo objetivos atractivos e incluyendo la participación de los vendedores en el proceso de cambio, de manera que sea reflejado en la calidad de atención hacia los clientes.

Segunda. - Debido a que existe una correlación positiva considerable entre gestión del cambio organizacional y los elementos tangibles en los clientes del Centro comercial Jوسفel, Ate 2019, se recomienda mejorar la imagen y apariencia de los puestos, mediante la gestión de la infraestructura del centro comercial enfocada en la limpieza constante, comodidad de las instalaciones, iluminación y asimismo uniformizar los colores por tipo actividad desempeñada.

Tercera. - Debido a que existe una correlación positiva considerable entre gestión del cambio organizacional y la confiabilidad, se recomienda que el centro comercial realice charlas con los vendedores resaltando que una promesa contractual con el cliente es necesaria para brindar confianza.

Cuarta. - Debido a que existen una correlación positiva considerable entre ellas, se recomienda mejorar la calidad de tiempo proporcionada al cliente por parte de los vendedores, así como una coordinación entre ellos de manera que el cliente sea el más beneficiado.

Quinta. - Debido a que existe una correlación positiva considerable entre gestión del cambio organizacional con la dimensión seguridad, se recomienda que los dueños de cada puesto consideren la seguridad de sus vendedores, de los clientes y de ellos mismo. Estableciendo un programa de seguridad que consistiría en contratar mayores agentes de seguridad, también implementar alarmas, cámaras y estableciendo un adecuado patrón de conducta eficaz que transmita seguridad a los clientes con el fin de evitar o minimizar el pánico público.

Sexta. - Debido que existe una correlación positiva considerable entre gestión del cambio y la empatía en los clientes del Centro comercial Jوسفel, Ate 2019, se recomienda que el centro comercial Jوسفel implemente capacitaciones en estrategias de ventas orientadas a la participación y vivencia de casos reales para aumentar la productividad de los vendedores con la finalidad de ofrecer calidad.

REFERENCIAS

- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Recuperado de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Baena, F. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <https://instipp.edu.ec/Libreria/libro/Metodologia%20Investigacion.pdf>
- Basantes, S. (2014). Modelo de Gestión Administrativa y la Calidad en el Servicio al Cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (Tesis de maestría). Recuperado de <https://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/ir-:123456789-7318/Description>
- Castellanos, C. y Patricia, A. (2014). Artículo “importancia calidad del servicio en la industria Cosmética (Tesis de Licenciamiento). Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11587/Importancia%20Calidad%20de%20Servicio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández (2015). Calidad en atención a usuarios de la administración pública 2014 (Tesis de Licenciamiento). Recuperado de <http://redi.ufasta.edu.ar:8082/jspui/handle/123456789/852>
- Figuroa, A. (2004). Aprendizaje Organizacional, cambio Organizacional, gestión del conocimiento. *Acta Colombiana de Psicología*, 34-46.
- Flores, E., Miranda, M. y Villasís, M. (2017). El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada. *Estadística inferencial. Revista alergia México*, 64(3), 364-370. <https://doi.org/10.29262/ram.v64i3.304>
- Gunarathne, N., y Lee, K.-H. (2015). Environmental Management Accounting (EMA) for environmental management and organizational change. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 11(3), 362–383. <https://doi.org/10.1108/JAOC-10-2013-0078>
- Hassan, S., et al. (2019). Mediating effect of corporate image and students’ satisfaction on the relationship between service quality and students’ loyalty in tvet hlis. *Asian Academy of Management Journal*, 24, 93–105. <https://doi.org/10.21315/aamj2019.24.s1.7>

- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, E. (2014). *Metodología de la investigación* (7.a ed.). México D.F.: McGraw-Hill / Interamerican Editores, S.A. de la C.V.
- Hyväri, I. (2016). Roles of Top Management and Organizational Project Management in the Effective Company Strategy Implementation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 226, 108–115. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.168>
- Jordan, K. (2016). Percepción de la Calidad del Servicio de la Institución Educativa N° 40159 Ejército “Arequipa”, Nivel Secundario, Arequipa 2015 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/9275>
- Lao, T. y Takakuwa, R. (2016). Análisis de confiabilidad y validez de un instrumento de medición de la sociedad del conocimiento y su dependencia en las tecnologías de la información y comunicación, 2(2), 64-75. <https://revistas.utp.ac.pa/index.php/ric/article/view/1249/1412>
- Lata, K., y Narta, S. S. (2019). Managing the Service Quality: Comparative Study on the Behaviour and Switching Intentions of the Customers [Gestión de la Calidad del Servicio: Estudio Comparativo del Comportamiento e Intenciones de Cambio de los Clientes.]. *CLEAR International Journal of Research in Commerce & Management*, 10(3), 6–9. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=136487365&lang=es&site=eds-live>
- Lee, C., & Youngjin Hur. (2019). Service quality and complaint management influence fan satisfaction and team identification. *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 47(2), 1–15. <https://doi.org/10.2224/sbp.7566>
- Lopez, J. (2015). Estudio de las materias y su correlación para innovación e implantación de las enseñanzas de ingeniería en una escuela técnica de Galicia (Tesis de Licenciamiento). Recuperado de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/14849>

- Luna, A. (2015). *Procesos Administrativo*. (2.ª ed.). México: Patria
- Luna, A. (2015). Plan estratégico de comunicación del programa nacional de incentivos a la conservación y uso sostenible del patrimonio natural del ministerio del ambiente a partir de una auditoria global de imagen (Tesis de Maestría). Recuperado de <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3173>
- Luna, J. (2015). Diseño de un B-Learning para el desarrollo profesional de los docentes en la escuela secundaria como apoyo a los procesos de generalización (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://bgtq.ajusco.upn.mx:8080/jspui/handle/123456789/79>.
- Luna, M. (2015). Satisfacción laboral y compromiso Organizacional del personal docente de Una universidad privada de lima (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/385>
- Martínez-Bustos, E., Carrasco-Sagredo, C., y Bull, M. T. (2018). Propuesta metodológica para implementar la primera fase del modelo de gestión del cambio organizacional de Lewin / Proposta metodológica para implementar a primeira fase do modelo de gestão da mudança organizacional de Lewin / Methodological proposal to implement the first stage of Lewin's organizational change management. *Estudios Gerenciales*, (146), 88. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2813>
- Mauricio, A. (2018). Calidad de atención y su influencia en la satisfacción del usuario en el consultorio de nutrición del centro de salud de infantes-DIRIS limaNorte-2018 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/5755>
- Mauricio, B. (2018). Cambio Organizacional y Calidad de servicio en el Programa del Seguro Integral de Salud de Hospital de Vitarte 2018 (Tesis de Licenciamiento). Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/25112>
- Miguel, J. (2018). Cambio organizacional y desarrollo organizacional en la Institución Educativa Brígida Silva de Ochoa - Chorrillos, 2018 (Tesis de Licenciamiento). Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23134>

- Mosquera, G. (2017). Relación entre calidad de servicio y satisfacción de clientes de food truck ubicados en el distrito de San Isidro (Tesis de Licenciamiento). <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/73848112-52f4-4275-a113-23798bee320f>
- Ochoa, V. (8 de agosto de 2018). Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918>
- Ospina, D. Burgos, S. Madera, J. (enero-junio, 2017). La gerencia educativa y la gestión del cambio. *Revista Diálogos de Saberes*, (46) 187-200. Universidad Libre (Bogotá). <https://repository.unilivre.edu.co/handle/10901/12557>
- Oliver Momcilovic, Gordana Nikolic, y Slavko Arsovski. (2016). Impact of the Skills of Leaders on the Management of Organizational Change in Small and Medium Enterprises. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.BCB693B6&lang=es&site=eds-live>
- Pacheco, C. y Marcelo, A. (2018). Análisis de la gestión estratégica y su relación con el cambio organizacional en la municipalidad provincial de Pasco – 2016 Tesis de maestría). Recuperado de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUND_4e444eaf453018d45ba56b6add02c72e
- Pérez, L., Vilariño, C. y Ronda, G. (2016). El cambio organizacional como herramienta para coadyuvar la implementación de la estrategia. *Ingeniería Industrial*, 37(3), 286-294. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360448031007.pdf>
- Ramírez, V. (2016). Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016 (Tesis de Maestría). Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1797>
- Ramírez, R. (2017). Gestión del cambio organizacional y desempeño laboral en el sector de pesca y acuicultura, Ministerio de la Producción, Lima 2017 (Tesis de maestría). Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12921>

- Robbins, S. y Coulter, M. (2014). *Administración*. (10.^a ed.). México: Pearson.
- Ríos, C. y Chirinos, María (2014). Gestión administrativa y calidad de servicio según el personal técnico administrativo del hospital Víctor Larco Herrera – 2014. (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/10643>
- Rojas, J. (2017). Caracterización de la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro centros recreacionales en el Distrito de Sullana año 2017 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/2843>
- Rojas, L. (2017). Cultura organizacional y la calidad de servicio en el banco de la nación oficina principal sede Huánuco – 2017 (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/632>
- Rojas, L. (2017). La calidad total y su relación con la productividad en la empresa industrial Landeo S.A.C, Santa Anita, 2017 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/22916>
- Rojas, V. (2017). Sistemas de información gerencial en Mypes gastronómicas de la zona B, San Juan de Miraflores, 2015 – 2016 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/6157>
- Rojas, J. (2017). Estrategias de marketing digital para empresas de e-commerce (Tesis Doctoral). Recuperado de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1163_RojasHuertasJ.pdf
- Romero, F. y Ferraz, E. (2018). Información del Capital Humano: la generación de intangibles y la responsabilidad social. *Cuadernos De Gestión*, 16(1), 125–144. <https://doi.org/10.5295/cdg.v16i1.18933>
- Ros, A. (2016). Calidad percibida y satisfacción del Usuario en los servicios prestados a Personas con discapacidad intelectual (Tesis de Doctorado). Recuperado de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1638/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sofat, K., Kiran, R., y Kaushik, S. (2015). Management of Organizational Change and its Impact on Commitment: A Study of Select Indian IT Companies. Global

Business & Management Research, 7(3), 69–86. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=113006186&lang=es&site=eds-live>

Sotelo Asef, J. G. y Figueroa González, E.G. (2017). *The organizational climate and its correlation with the quality of service in a higher education institution*. [El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior]. *Iberoam*, 45 (5). Recuperado de <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.312>

Tarazona Leguía, B. A. (2017). *Management of change and organizational climate in the General Directorate of Strategic Interventions in Public Health of the Ministry of Health, Lima, 2017*. [Gestión del cambio y clima organizacional en la Dirección General de Intervenciones Estratégicas en Salud Pública del Ministerio de Salud, Lima, 2017]. *Sur Academi*, 63 (3), 1-19. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/14678>

Tarazona, A. (2017). Diseño del manual de procedimientos para el recaudo del trámite de traspasos del Instituto de Movilidad y Transporte de Tame, tomando como referencia la Norma NTC-GP 1000:2009 para el mejoramiento de la recepción de información contable y financiera (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/handle/20.500.12744/1233>

Toral, C. (mayo, 2016). Gestión administrativa y calidad del servicio en el área jurídica, social y administrativa, de la universidad nacional de Loja. *Revista Sur Academi*. Recuperado de <http://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/268/246>

Valdivieso, Luis (2017). El cambio organizacional y la cultura empresarial de las agroexportadoras de uva en Villacuri región Ica (Tesis de maestría). Recuperado de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UIGV_b58f41e9ad3f3906b7ea9f64217d1272

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Operacionalización de las variables

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS | ESCALA DE MEDICIÓN | TIPO DE ESCALA |
|-----------------------------------|--|--|---------------------------------|---------------------------------|----------|--|----------------|
| Gestión del Cambio organizacional | Gestión del cambio organizacional , es gestionar los procesos los cuales atraviesan por variaciones, transformación e interrupciones que pueden afectar de manera directa e indirecta, exigiendo una capacidad de adaptación. (Miguel, 2018, p. 26). | La gestión del cambio cuenta con 3 dimensiones y cada uno de las dimensiones cuenta con tres indicadores, las mismas que serán medidas mediante la encuesta, utilizando el instrumentó del cuestionario y valoradas a través de la escala de Likert que cuenta con cinco ítems, para que el encuestado pueda brindar la información y finalmente sea procesado mediante el SPSS v25 para definir la relación entre las variables de estudio. | Resistencia al cambio | Despertar el interés del cambio | 1,2 | Escala Likert 1. Nunca 2.Casi nunca 3. A veces 4.Casi siempre 5.Siempre | ORDINAL |
| | | | | Resistencia técnica | 3,4 | | |
| | | | | Resistencia cultural | 5,6 | | |
| | | | Cambio Organizacional | Cambio orientado al cliente | 7,8 | | |
| | | | | Cambio en el personal | 9,10 | | |
| | | | | Cambio Tecnológico | 11,12 | | |
| | | | Reingeniería o Reestructuración | Reorganización | 13,14 | | |
| | | | | Desarrollo de la estructura | 15,16,17 | | |
| | | | | Rediseño en el proceso de venta | 18,19 | | |

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS | ESCALA DE MEDICIÓN | TIPO DE ESCALA |
|---------------------|--|---|----------------------------|--|----------|---|----------------|
| Calidad de Servicio | Según Lata y Narta (2019) define que la Calidad de servicio es un conjunto de aspectos de un producto o servicio cumpliendo las expectativas del cliente (p. 8). | La calidad de servicio cuenta con 5 dimensiones y cada uno de las dimensiones cuenta con tres indicadores, las mismas que serán medidas mediante la encuesta, utilizando el instrumentó del cuestionario y valoradas a través de la escala de Likert que cuenta con cinco ítems, para que el encuestado pueda brindar la información y finalmente sea procesado mediante el SPSS v25 para definir la relación entre las variables de estudio. | Elementos Tangibles | Apariencia del ambiente | 1,2,3,4 | Escala Likert 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre | ORDINAL |
| | | | | Vendedores uniformados | 5,6 | | |
| | | | | Limpieza y orden de las instalaciones | 7,8,9 | | |
| | | | Confiabilidad o fiabilidad | Confidencialidad | 10,11 | | |
| | | | | Solución de problemas | 12,13 | | |
| | | | | Cumplimiento de una promesa contractual | 14,15,16 | | |
| | | | Capacidad de respuesta | Tiempo que se demora en la atención | 17,18 | | |
| | | | | Atención al cliente | 19,20,21 | | |
| | | | | Comunicación | 22,23 | | |
| | | | Seguridad | Conocimientos sobre el producto o servicio | 24,25 | | |
| | | | | Calidad de servicio o producto | 26,27 | | |
| | | | | Integridad del personal | 28,29,30 | | |
| | | | Empatía | Amabilidad y cortesía | 31,32 | | |
| | | | | Empatía cognitiva | 33,34 | | |
| Horario conveniente | 35,36 | | | | | | |
| | | | | | | | |

Anexo 02. Escala de valoración de Rho de Spearman

Tabla 14 Rango de decisión de Rho de Spearman

| RANGO | RELACIÓN |
|-----------------|-----------------------------------|
| (-0.91 a -1.00) | Correlación negativa perfecta |
| (-0.76 a -0.90) | Correlación negativa muy fuerte |
| (-0.51 a -0.75) | Correlación negativa considerable |
| (-0.11 a -0.50) | Correlación negativa media |
| (-0.01 a -0.10) | Correlación negativa débil |
| 0 | No existe correlación |
| (+0.01 a +0.10) | Correlación positiva débil |
| (+0.11 a +0.50) | Correlación positiva media |
| (+0.51 a +0.75) | Correlación positiva considerable |
| (+0.76 a +0.90) | Correlación positiva muy fuerte |
| (+0.91 a +1.00) | Correlación positiva perfecta |

Fuente: Adaptado de Mondragón (2014) basada en Hernández y Fernández, 1988.

Anexo 03. Escala de Alfa de Cronbach

Tabla 15 Niveles de confiabilidad

| Rango | Magnitud |
|-------------|----------|
| ,81 a 1 .00 | Muy alta |
| ,61 a 0 .80 | Alta |
| ,41 a 0 .60 | Moderada |
| ,21 a 0 .40 | Baja |
| ,01 a 0 .20 | Muy baja |

Fuente: Tomado de Mauricio 2018

Anexo 04. Instrumento de recolección de datos
CUESTIONARIO

Se llevará a cabo un estudio sobre la gestión del cambio organizacional y calidad de servicio. A continuación, se encontrará preposiciones, cada pregunta tiene cinco opciones para responder de acuerdo a lo que crea conveniente. Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (X) solo una alternativa. Le agradezco anticipadamente su colaboración.

| LA GESTION DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL | | ESCALA | | | | |
|--------------------------------------|--|--------|------------|---------|--------------|---------|
| | | NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
| 1 | ¿Percibe que los vendedores están predispuestos al cambio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | ¿Considera usted que los vendedores están preparados para el cambio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | ¿Percibe que los vendedores aparentan aceptar el cambio, pero siguen haciendo las cosas de la misma manera? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | ¿Observa que los vendedores están acostumbrados a esperar que el cliente pregunte primero por el producto? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | ¿Observa que los vendedores muestran indiferencia al adoptar nuevas políticas del centro comercial? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | ¿Percibe que los vendedores actúan de forma prepotente al implementar nuevos cambios? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | ¿Cree usted que el centro comercial está dispuesto a incorporar las opiniones de sus clientes en los diseños de sus productos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | ¿Cree usted que el centro comercial estaría dispuesto a mantener una mejora continua en sus servicios y productos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | ¿Percibe que los vendedores temen perder su autonomía en las ventas? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | ¿Observa que los vendedores han sido hostiles hacia un cliente? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | ¿Cerca del centro comercial hay bancos o cajeros? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | ¿Usted cree que el centro comercial debería implementar las ventas por internet? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | ¿Los vendedores muestran su comprensión al estar dispuestos a escuchar los consejos de un profesional o un mentor que conozca mejor el tema que ellos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | ¿Cree usted que los vendedores están dispuestos a colaborar entre ellos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | ¿Según su opinión, el centro comercial debería tener un sistema digital en la cual se registra el número de ventas finalizadas al día? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | ¿Cree que el centro comercial debería apoyar a las tiendas en la creación de una marca propia? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17 | ¿Cree usted que la gestión estratégica (la constitución de una misión, visión, los valores y los objetivos) influye en el bienestar centro comercial? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | ¿Los vendedores deberían adoptar estrategias de ventas (como la alta calidad en productos, el ahorro en precios, la diferenciación por tipos de clientes, etc.)? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | ¿Está usted de acuerdo con la implementación de pagos con tarjetas de créditos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ANEXO N°5: Instrumento de la variable calidad de servicio

| CALIDAD DE SERVICIO | ESCALA | | | | | |
|---------------------|---|------------|---------|--------------|---------|---|
| | NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE | |
| 20 | ¿La apariencia e iluminación está acorde con el servicio ofrecido? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21 | ¿El centro comercial cuenta con ambientes amplios? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22 | ¿En el centro comercial encuentra patios recreativos o juegos inflables? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23 | ¿Cree usted que es necesario implementar un área de atención especializada para los clientes? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24 | ¿Los vendedores mantienen una imagen limpia y ordenada? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25 | ¿Los vendedores están correctamente uniformados? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26 | ¿Los pasajes se mantienen limpios y señalizados? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27 | ¿Encuentra comodidad en las instalaciones del centro comercial? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28 | ¿Se mantiene una limpieza constante en los alrededores del centro comercial? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29 | ¿Los vendedores mantienen la discreción cuando ofrecen los productos o servicios? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30 | ¿Cree que los datos de cada cliente son respetados y se mantienen en reserva? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31 | ¿Usted alguna vez ha solicitado el libro de reclamaciones del centro comercial? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32 | ¿Cree usted que los vendedores están capacitados para resolver problemas en relación al servicio o producto? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33 | ¿Los vendedores cumplen con responsabilidad la promesa realizada con el cliente? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 34 | ¿Los vendedores del centro comercial cumplen con los pedidos y ofertas ofrecidos a los clientes? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 35 | ¿Los vendedores asumen un compromiso con el cliente y este se respeta aun a costa de que se pierda dinero? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 36 | ¿Está conforme con el tiempo de espera del servicio que brinda el centro comercial? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 37 | ¿Usted prefiere una atención eficiente y eficaz por parte del vendedor? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 38 | ¿El centro comercial brinda una atención personalizada? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 39 | ¿Alguna vez el vendedor le ha faltado el respeto sin causa alguna? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 40 | ¿Alguna vez el vendedor le ha insistido demasiado en adquirir un producto, que provoco incomodidad en su persona? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 41 | ¿ Los vendedores utilizan una comunicación verbal y mímica al expresar sus opiniones? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 42 | ¿La comunicación que mantienen los vendedores es fluida? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 43 | ¿ Los vendedores cuentan con información precisa sobre el producto o servicio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 44 | ¿ Los vendedores cuentan con el conocimiento adecuado al realiza o ejecutar su trabajo? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 45 | ¿Alguna vez al adquirir un producto detectó que este estaba defectuoso? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 46 | ¿La calidad del producto coincide con el precio establecido? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 47 | ¿Ha sufrido robos, pérdidas o estafas por parte de los vendedores del centro comercial Jوسفel? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 48 | ¿ Los vendedores mantienen una imagen basada en la integridad y ética? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 49 | ¿Se siente protegido debido a la presencia de los agentes de seguridad del centro comercial? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 50 | ¿ Los vendedores actúan de forman cortés y amable hacia su persona? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 51 | ¿ Los vendedores demuestran sus habilidades al saber escuchar las necesidades del cliente? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 52 | ¿ Los vendedores solucionan las inquietudes que usted tiene sobre el producto? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 53 | ¿ Los vendedores están atentos y escuchan las sugerencias de sus clientes? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 54 | ¿La atención del centro comercial debería extenderse a la madrugada, ya que es un horario que se acomoda a mi tiempo? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 55 | ¿El horario que mantiene el centro comercial Jوسفel es el adecuado para usted? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Anexo 05. Validación de Instrumento


UCV
 UNIVERSIDAD
 CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. Dr. Briceño Dorca Gonzalo

1.2. Cargo e Institución donde labora: DTC - Univ Cesar Vallejo

1.3. Especialidad del experto: Administración

1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Customario

1.5. Autor del instrumento: Lopez Mezahuaman Alexandra

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0 - 20% | Regular 21 - 40% | Buena 41 - 60% | Muy buena 61 - 80% | Excelente 81 - 100% |
|-------------------------------|---|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | 80% | |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica. | | | | 80% | |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | 80% | |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora | | | | 80% | |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | 80% | |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | 80% | |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | 80% | |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | 80% | |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | 80% | |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | 80% | |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | 80% | |

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

| ITEM N° | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE | OBSERVACIONES |
|---------|------------|-------------------------|--------------|---------------|
| 01 | X | | | Corregir |
| 02 | ✓ | | | Corregir |
| 03 | X | | | |
| 04 | ✓ | | | |
| 05 | ✓ | | | |
| 06 | ✓ | | | |
| 07 | ✓ | | | |
| 08 | X | | | |
| 09 | | ✓ | | Corregir |
| 10 | | | | |
| 11 | X | | | |
| 12 | X | | | |

| | | | | |
|----|---|--|---|--------------------|
| 13 | X | | | |
| 14 | X | | | |
| 15 | | | X | Corcega Corcega |
| 16 | | | X | |
| 17 | X | | | |
| 18 | X | | | |
| 19 | X | | | |
| 20 | | | | |

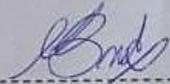
III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

80%

Ate, 27 de Setiembre del 2019


Firma de experto informante
DNI N° 43601749

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. Dr. Briceño Dorca Gonzalo
 1.2. Cargo e Institución donde labora: DTC - Univ. Cesar Vallejo
 1.3. Especialidad del experto: Administración
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 1.5. Autor del instrumento: Lopez Huanaman Alexandra

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0 - 20% | Regular 21 - 40% | Bueno 41 - 60% | Muy bueno 61 - 80% | Excelente 81 - 100% |
|-------------------------------|---|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | 82% |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica. | | | | | 82% |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | 82% |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora | | | | | 82% |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | 82% |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | 82% |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | 82% |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | 82% |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | 82% |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | 82% |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | 82% |

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

| ITEM N° | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE | OBSERVACIONES |
|---------|------------|-------------------------|--------------|---------------|
| 01 | X | | | |
| 02 | ✓ | | | |
| 03 | ✓ | | | |
| 04 | X | | | |
| 05 | X | | | |
| 06 | ✓ | | | |
| 07 | ✓ | | | |
| 08 | X | | | |
| 09 | X | | | |
| 10 | ✓ | | | |
| 11 | ✓ | | | |
| 12 | X | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 13 | ✓ | | | |
| 14 | ✓ | | | |
| 15 | ✓ | | | |
| 16 | ✓ | | | |
| 17 | ✓ | | | |
| 18 | ✓ | | | |
| 19 | ✓ | | | |
| 20 | ✓ | | | |
| 21 | ✓ | | | |
| 22 | ✓ | | | |
| 23 | ✓ | | | |
| 24 | ✓ | | | |
| 25 | ✓ | | | |
| 26 | ✓ | | | |
| 27 | ✓ | | | |
| 28 | ✓ | | | |
| 29 | ✓ | | | |
| 30 | ✓ | | | |
| 31 | ✓ | | | |
| 32 | ✓ | | | |
| 33 | ✓ | | | |
| 34 | ✓ | | | |
| 35 | ✓ | | | |
| 36 | ✓ | | | |
| 37 | | | | |

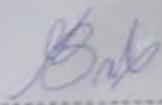
III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

82%

Ate 22 de Setiembre de 2019


Firma de experto informante
DNI N° 43601749

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. JULIO PEREZ HUAMAN
 1.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE UCV
 1.3. Especialidad del experto: ADMINISTRADOR
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 1.5. Autor del instrumento: Lopez Huanaman Alexandra

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0 - 20% | Regular 21 - 40% | Buena 41 - 60% | Muy buena 61 - 80% | Excelente 81 - 100% |
|-------------------------------|---|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | 82% |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica. | | | | | 82% |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | 82% |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora | | | | | 82% |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | 82% |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | 82% |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | 82% |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | 82% |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | 82% |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | 82% |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | 82% |

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

| ITEM N° | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE | OBSERVACIONES |
|---------|------------|-------------------------|--------------|---------------|
| 01 | ✓ | | | |
| 02 | ✓ | | | |
| 03 | ✓ | | | |
| 04 | ✓ | | | |
| 05 | ✓ | | | |
| 06 | ✓ | | | |
| 07 | ✓ | | | |
| 08 | ✓ | | | |
| 09 | ✓ | | | |
| 10 | ✓ | | | |
| 11 | ✓ | | | |
| 12 | ✓ | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 13 | ✓ | | | |
| 14 | ✓ | | | |
| 15 | ✓ | | | |
| 16 | ✓ | | | |
| 17 | ✓ | | | |
| 18 | ✓ | | | |
| 19 | ✓ | | | |
| 20 | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

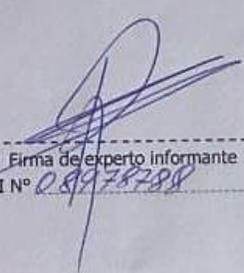
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

ADICIONAR

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

82%

Ate, 26 de SEPTIEMBRE del 2019


Firma de experto informante
DNI N° 08978788

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. JULIO PEREZ HUAMAN
- 1.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE UCV
- 1.3. Especialidad del experto: ADMINISTRADOR
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
- 1.5. Autor del instrumento: Lopez Huanaman Alexandra

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0 - 20% | Regular 21 - 40% | Buena 41 - 60% | Muy buena 61 - 80% | Excelente 81 - 100% |
|-------------------------------|---|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | 82% |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica. | | | | | 82% |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | 82% |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora | | | | | 82% |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | 82% |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | 82% |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | 82% |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | 82% |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | 82% |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | 82% |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | 82% |

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

| ITEM N° | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE | OBSERVACIONES |
|---------|------------|-------------------------|--------------|---------------|
| 01 | ✓ | | | |
| 02 | ✓ | | | |
| 03 | ✓ | | | |
| 04 | ✓ | | | |
| 05 | ✓ | | | |
| 06 | ✓ | | | |
| 07 | ✓ | | | |
| 08 | ✓ | | | |
| 09 | ✓ | | | |
| 10 | ✓ | | | |
| 11 | ✓ | | | |
| 12 | ✓ | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 13 | ✓ | | | |
| 14 | ✓ | | | |
| 15 | ✓ | | | |
| 16 | ✓ | | | |
| 17 | ✓ | | | |
| 18 | ✓ | | | |
| 19 | ✓ | | | |
| 20 | ✓ | | | |
| 21 | ✓ | | | |
| 22 | ✓ | | | |
| 23 | ✓ | | | |
| 24 | ✓ | | | |
| 25 | ✓ | | | |
| 26 | ✓ | | | |
| 27 | ✓ | | | |
| 28 | ✓ | | | |
| 29 | ✓ | | | |
| 30 | ✓ | | | |
| 31 | ✓ | | | |
| 32 | ✓ | | | |
| 33 | ✓ | | | |
| 34 | ✓ | | | |
| 35 | ✓ | | | |
| 36 | ✓ | | | |
| 37 | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

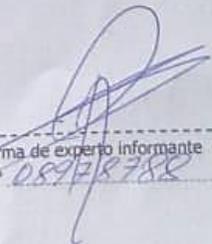
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APPLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

89%
82%

Ate 26 de SEPTIEMBRE del 2019


Firma de experto informante
DNI N° 05978788

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. Arribas Gonzalo Abatem
 1.2. Cargo e Institución donde labora: Docente tiempo completo
 1.3. Especialidad del experto: Administración
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Curso
 1.5. Autor del instrumento: Lopez Mezahuaman Alexandra

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0 - 20% | Regular 21 - 40% | Bueno 41 - 60% | Muy bueno 61 - 80% | Excelente 81 - 100% |
|-------------------------------|---|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | 82 % |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica. | | | | | 82 % |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | 82 % |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora | | | | | 82 % |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | 82 % |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | 82 % |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | 82 % |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | 82 % |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | 82 % |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | 82 % |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | 82 % |

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

| ITEM N° | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE | OBSERVACIONES |
|---------|------------|-------------------------|--------------|---------------|
| 01 | ✓ | | | |
| 02 | ✓ | | | |
| 03 | ✓ | | | |
| 04 | ✓ | | | |
| 05 | ✓ | | | |
| 06 | ✓ | | | |
| 07 | ✓ | | | |
| 08 | ✓ | | | |
| 09 | ✓ | | | |
| 10 | ✓ | | | |
| 11 | ✓ | | | |
| 12 | ✓ | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 13 | ✓ | | | |
| 14 | ✓ | | | |
| 15 | ✓ | | | |
| 16 | ✓ | | | |
| 17 | ✓ | | | |
| 18 | ✓ | | | |
| 19 | ✓ | | | |
| 20 | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

82%

Ate, ³⁰ de septiembre del 2019



Firma de experto informante
DNI N° 84075964



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. Armeducci Gory Pablo Sánchez
 1.2. Cargo e Institución donde labora: Docente tiempo completo
 1.3. Especialidad del experto: Administración
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Autoevaluación
 1.5. Autor del instrumento: Lopez Mezaburman Alexander

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0 - 20% | Regular 21 - 40% | Bueno 41 - 60% | Muy bueno 61 - 80% | Excelente 81 - 100% |
|-------------------------------|---|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | 85% |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica. | | | | | 85% |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | 85% |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora | | | | | 85% |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | 85% |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | 85% |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | 85% |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | 85% |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | 85% |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | 85% |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | 85% |

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

| ITEM N° | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE | OBSERVACIONES |
|---------|------------|-------------------------|--------------|---------------|
| 01 | ✓ | | | |
| 02 | ✓ | | | |
| 03 | ✓ | | | |
| 04 | ✓ | | | |
| 05 | ✓ | | | |
| 06 | ✓ | | | |
| 07 | ✓ | | | |
| 08 | ✓ | | | |
| 09 | ✓ | | | |
| 10 | ✓ | | | |
| 11 | ✓ | | | |
| 12 | ✓ | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 13 | ✓ | | | |
| 14 | ✓ | | | |
| 15 | ✓ | | | |
| 16 | ✓ | | | |
| 17 | ✓ | | | |
| 18 | ✓ | | | |
| 19 | ✓ | | | |
| 20 | ✓ | | | |
| 21 | ✓ | | | |
| 22 | ✓ | | | |
| 23 | ✓ | | | |
| 24 | ✓ | | | |
| 25 | ✓ | | | |
| 26 | ✓ | | | |
| 27 | ✓ | | | |
| 28 | ✓ | | | |
| 29 | ✓ | | | |
| 30 | ✓ | | | |
| 31 | ✓ | | | |
| 32 | ✓ | | | |
| 33 | ✓ | | | |
| 34 | ✓ | | | |
| 35 | ✓ | | | |
| 36 | ✓ | | | |
| 37 | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

85!

Ate, ³⁰ de septiembre del 2019


Firma de experto informante
DNI N° 44093469

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. NAVARRO TAPIA JAVIER
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: DTC - UCV
- 1.3. Especialidad del experto: INVESTIGADOR
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: QUESTIONARIO
- 1.5. Autor del instrumento: LOPEZ MEZAHUAMAN ALEXANDRA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0 - 20% | Regular 21 - 40% | Bueno 41 - 60% | Muy bueno 61 - 80% | Excelente 81 - 100% |
|-------------------------------|---|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | 90 |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica. | | | | | 90 |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la Investigación | | | | | 90 |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora | | | | | 90 |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | 90 |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | 90 |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la Investigación | | | | | 90 |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | 90 |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | 90 |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | 90 |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | 90% |

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

| ITEM N° | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE | OBSERVACIONES |
|---------|------------|-------------------------|--------------|---------------|
| 01 | ✓ | | | |
| 02 | ✓ | | | |
| 03 | ✓ | | | |
| 04 | ✓ | | | |
| 05 | ✓ | | | |
| 06 | ✓ | | | |
| 07 | ✓ | | | |
| 08 | ✓ | | | |
| 09 | ✓ | | | |
| 10 | ✓ | | | |
| 11 | ✓ | | | |
| 12 | ✓ | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 13 | ✓ | | | |
| 14 | ✓ | | | |
| 15 | ✓ | | | |
| 16 | ✓ | | | |
| 17 | ✓ | | | |
| 18 | ✓ | | | |
| 19 | ✓ | | | |
| 20 | ✓ | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

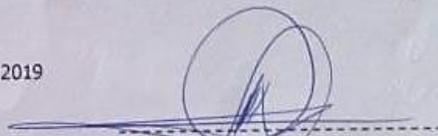
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

ACCEPTABLE

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

90%

Ate, 26 de SEPTIEMBRE del 2019


Firma de experto informante
DNI N° 28814139

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. NAVARRO TAPIA JAVIER
 1.2. Cargo e Institución donde labora: DTC - UCV
 1.3. Especialidad del experto: INVESTIGADOR
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: QUESTIONARIO
 1.5. Autor del instrumento: LOPEZ MEZAHUAMAN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0 - 20% | Regular 21 - 40% | Bueno 41 - 60% | Muy bueno 61 - 80% | Excelente 81 - 100% |
|-------------------------------|---|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | 90 |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica. | | | | | 90 |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | 90 |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora | | | | | 90 |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | 90 |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | 90 |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | 90 |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | 90 |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | 90 |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | 90 |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | 90 |

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

| ITEM N° | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE | OBSERVACIONES |
|---------|------------|-------------------------|--------------|---------------|
| 01 | ✓ | | | |
| 02 | ✓ | | | |
| 03 | ✓ | | | |
| 04 | ✓ | | | |
| 05 | ✓ | | | |
| 06 | ✓ | | | |
| 07 | ✓ | | | |
| 08 | ✓ | | | |
| 09 | ✓ | | | |
| 10 | ✓ | | | |
| 11 | ✓ | | | |
| 12 | ✓ | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 13 | ✓ | | | |
| 14 | ✓ | | | |
| 15 | ✓ | | | |
| 16 | ✓ | | | |
| 17 | ✓ | | | |
| 18 | ✓ | | | |
| 19 | ✓ | | | |
| 20 | ✓ | | | |
| 21 | ✓ | | | |
| 22 | ✓ | | | |
| 23 | ✓ | | | |
| 24 | ✓ | | | |
| 25 | ✓ | | | |
| 26 | ✓ | | | |
| 27 | ✓ | | | |
| 28 | ✓ | | | |
| 29 | ✓ | | | |
| 30 | ✓ | | | |
| 31 | ✓ | | | |
| 32 | ✓ | | | |
| 33 | ✓ | | | |
| 34 | ✓ | | | |
| 35 | ✓ | | | |
| 36 | ✓ | | | |
| 37 | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

ACCEPTABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Ate, 26 de SETIEMBRE del 2019

Firma de experto informante
DNI N° 2814138

Anexo 07. Matriz de datos

| Bosch Energía Sustentable | IN CORPORA UN COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | D1 | D2 | D3 | V1 |
|---------------------------------|--|-----------|------------------|-----------|--------------------|-----------|--------------------------|-----------|------------------------|-----------|----------------------|-----------|--------------------------|-----------|--------------------------|-----------|------------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|
| | Medio Ambiente | | | | | | Comunidad | | | | | | Energía y Sostenibilidad | | | | | | | | | | | |
| | Estrategia de negocio | | Evolución futura | | Evolución cultural | | Cambios organizacionales | | Cambios en el personal | | Cambios tecnológicos | | Estrategias nuevas | | Desarrollo de la cultura | | Evolución en el proceso de gestión | | | | | | | |
| Frecuente | Rara | Frecuente | Rara | Frecuente | Rara | Frecuente | Rara | Frecuente | Rara | Frecuente | Rara | Frecuente | Rara | Frecuente | Rara | Frecuente | Rara | | | | | | | |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 19 | 24 | 63 | | | |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 17 | 21 | 55 | | | |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BARDALES CARDENAS MIGUEL , docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: " La gestión del cambio organizacional y la calidad de servicio en los clientes del centro comercial Jوسفel, Ate 2019 ", cuya autora es **LOPEZ MEZAHUAMAN ALEXANDRA**, constato que la investigación cumple con el índice de similitud de 28%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual hasido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 08 de agosto del 2023

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|--|--------------|
| BARDALES CARDENAS MIGUEL DNI: 08437636 ORCID ORCID 0000-0002-1067-9550 | |