



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Rodriguez Montes de Oca, Nissida Isabel (orcid.org/0000-0003-1454-7632)

ASESOR:

Dr. Carranza Estela, Teodoro (orcid.org/0000-0002-4752-6072)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedicado a mi hijo y a mi familia, por el apoyo brindado y a mí misma que he puesto en manifiesto toda mi dedicación y esfuerzo para realizar este proyecto.

Agradecimiento

A mi centro de estudios, la Universidad César Vallejo, por brindarme a través de mi asesor, los conocimientos y enseñanzas con los cuales voy a desarrollarme como profesional íntegra y competente para el beneficio de la sociedad.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	3
III. METODOLOGÍA	9
3.1 Tipo y diseño de investigación	9
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	9
3.3 Escenario de estudio	9
3.4 Participantes	9
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	10
3.6 Procedimientos	10
3.7 Rigor Científico	11
3.8 Método de análisis de datos	11
3.9 Aspectos éticos	12
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	13
V. CONCLUSIONES	19
VI. RECOMENDACIONES	20
REFERENCIAS	21
ANEXOS	29

Resumen

En la última década, el avance de nuevas tecnologías ha aportado múltiples beneficios a la sociedad, siendo un claro ejemplo las empresas que constantemente se actualizan y reinventan para poder otorgar un servicio más eficiente, lo que les permite una ventaja competitiva en el sector empresarial. Por consiguiente, la presente investigación tuvo como objetivo general determinar la importancia de la característica de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022. Con respecto a la metodología, la investigación realizada es cualitativa, dado que se recopiló toda información resaltante y certificada sobre la transformación digital en Haro Ríos EIRL con diversas definiciones, perspectivas y experiencias. De tal modo que, para poder conseguir el resultado de esta investigación se ha examinado cada información, pasando por un filtro, el cual tiene un total de 500 artículos científicos de la categoría transformación digital, se tomó como muestra 50 artículos científicos. Finalmente, se concluyó que la transformación digital actualmente es una pieza esencial para brindar un servicio eficiente y de calidad, así como generar buenos resultados a la empresa, brindándoles un mayor conocimiento sobre las nuevas tecnologías que contribuyen un valor agregado en el manejo de sus operaciones, logrando así una ventaja competitiva.

Palabras clave: Transformación digital, servicio, tecnología, ventaja competitiva

Abstract

In the last decade, the advancement of new technologies has brought multiple benefits to society, a clear example being companies that constantly update and reinvent themselves in order to provide a more efficient service, which allows them a competitive advantage in the business sector. Therefore, the present investigation had as general objective to determine the importance of the characteristic of the Digital Transformation in Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022. Regarding the methodology, the research carried out is qualitative, given that all outstanding and certified information on the digital transformation in Haro Ríos EIRL was collected with various definitions, perspectives and experiences. In such a way that, in order to obtain the result of this investigation, each information has been examined, passing through a filter, which has a total of 500 scientific articles of the digital transformation category, 50 scientific articles were taken as a sample. Finally, it was concluded that the digital transformation is currently an essential piece to provide an efficient and quality service, as well as generate good results for the company, providing them with greater knowledge about the new technologies that contribute added value in the management of their operations, thus achieving a competitive advantage.

Keywords: Digital transformation, service, technology, competitive advantage

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, debido a la pandemia y a la globalización, hemos podido evidenciar la necesidad de implementar la transformación digital en los servicios que brindan las empresas. Debido que, a nivel Latinoamérica, la transformación digital está permitiendo generar nuevas oportunidades, tal como lo indica la empresaria Sánchez (2020) , ya que brinda valor y una mejor experiencia en los servicios a los clientes y a su vez generando una comunicación más efectiva, logrando así una ventaja competitiva a las empresas. Por otro lado, en la revista Uno (2016) nos indica que nuestra sociedad actualmente se enfrenta a diferentes cambios, uno de ellos fue la pandemia, lo genero que muchas empresas quebraran y se vieron obligadas a reinventarse para poder mantenerse vigentes en el mercado empresarial , lo cual ha dejado como aprendizaje que toda empresa debe de constantemente innovar y ver que implementar para poder seguir brindando un servicio de calidad, así como cumplir las expectativas de los clientes y que esperan ellos de las organizaciones para poder brindarles una mejor experiencia en su servicio. Por ello, podemos decir que, debido a la pandemia la transformación digital se precipito, y que a su vez fue un indicador que nos evidenciaba que numerosas empresas aun no estaban preparadas para una transformación digital ,que muchas se resistían al cambio e implementar nuevas tecnologías en sus servicios, donde diversas de ellas no tenían ni la información o la necesidad de saber sobre ello, lo cual esta pandemia los forzó y acelero a estas a implementarlo y adquirir el conocimiento necesario para emplearlo, ya que si están no se sumaban al cambio, pues sus empresas perderían sus posiciones como también su ventaja competitiva en el mercado empresarial o en última instancia quebrar.

De igual modo, a nivel nacional, según PAD, en la Escuela de Dirección (2020) nos indica que al implementar la transformación digital en Perú es un poco más tedioso, ya que es un reto para las empresas peruanas, debido a los cambios que conlleva, ya que a veces faltan las herramientas y conocimientos adecuados para poder llevarlo a cabo, del cual muchos no tienen conocimiento, es por ello que las empresas deben invertir en implementar nuevas tecnologías digitales, así como también capacitar e informar al personal todo sobre las nuevas innovaciones digitales que hay en el mercado, así ellos puedan actualizarse y así emplearlos en sus funciones. Del mismo modo, respecto a la transformación digital, Guere Ponte

(2020), nos comenta que uno de los principales problemas que existen en la transformación digital es que muchas empresas se resisten al cambio, además sumándole a ello los costos que estos conllevan para aplicarlos y el capacitar al personal para que los puedan ejecutar. Es por eso que es indispensable que todos los que son parte de la empresa se sumen y colaboren de forma activa haciendo de estos agentes del cambio.

Con todo lo mencionado anteriormente, en los últimos años se han suscitado eventos que han llevado a las empresas a plantearse y ver la necesidad del mercado empresarial en implementar la transformación digital en sus servicios. Por consiguiente, ante esta situación se decidió investigar el siguiente problema de investigación que será el siguiente: ¿Cuál es la característica de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?, de igual manera, los problemas específicos fueron: ¿ Conocer la característica de la innovación de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?, ¿ Conocer la característica de la tecnología de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?, ¿ Conocer la característica de ventaja competitiva de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?

La presente investigación tiene como justificación la falta de aplicación de procedimientos internos digitalizados, con la finalidad de facilitar un eficiente desempeño del personal y a su vez la óptima atención a sus clientes, que conllevaran a que la empresa sea productiva y rentable. Teniendo como propósito mejorar e implementar las plataformas digitales en la empresa Haro Ríos, para una mejor comunicación interna y externa, logrando así tener una ventaja competitiva.

Lo cual el reto principal que existe en la empresa y que debe implementar es la transformación digital, como emplearla en sus actividades diarias y servicios. Por lo cual, el actual proyecto de investigación tiene como objetivo general de conocer la característica de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022, el cual estará enfocado en los siguientes objetivos específicos: Conocer la característica de innovación, de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL,La Molina, 2022?, conocer la característica de tecnología de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022? Y Conocer la característica de ventaja competitiva de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En contexto Internacional, en Sastre y Cansado (2019) en su investigación nos dicen las organizaciones deben normalizar los cambios frente a la transformación digital, ya que muchos empleados tienen temores que los llenan de incertidumbre sobre como implementar la tecnología en sus funciones. Es por ello que dice que los directivos deben de exponer lo importante y positivo que es para una empresa la transformación digital, donde no solo da una ventaja competitiva a la empresa, sino que ayuda en sus actividades diarias a cada trabajador, ahorrándoles tiempo y con un resultado eficiente.

Al y Llambías(2018) en su estudio nos comentan sobre las nuevas tecnologías y el aumento que se ha venido incrementando en los últimos años respecto a su uso, donde muchas empresas han decidido sumarse a estos nuevos negocios digitales, pero que también hay empresas que no quieren dejar lo tradicional y no se suman aun a esta transformación digital, lo cual es ahí el motivo principal de este estudio, donde se pudo entender que muchas personas rechazan el cambio, ya que no ven la necesidad o no tienen la información necesaria.

Sánchez y Viltard (2020) la finalidad de su estudio fue indagar el desafío que viven las empresas para implementar la transformación digital, ya que hoy en día los modelos de gestión empresarial están muy ligados a los avances tecnológicos, donde se ha vuelto un factor clave para un mejor desempeño, pero para ello se tienen que buscar la forma de como motivar y hacer que los trabajadores se comprometan a este cambio, y es ahí donde ellos focalizan la necesidad y como pueden los lideres lograr integrar a todos para superar los desafíos de la transformación digital.

Zurita, et al. (2021) en su investigación describen como se han ido transformación digitalmente las empresas, donde esto ha generado automatizar procesos, reduciendo así tiempo y costos, donde el uso de las redes sociales ha generado un impacto positivo en la experiencia que vive el cliente, optimizando sus servicios. Además, esto ha permitido que muchos trabajadores se sientan más comprometidos con su trabajo y se sientan más cerca a los clientes, logrando saber sus necesidades de estos.

Arjona (2021) en su estudio nos dice que la innovación y la ciencia son piezas claves para que se lleve a cabo la transformación digital, puesto que esto acelera el proceso y refuerza la competitividad de las empresas, brindando soluciones, mejorando su modelo de negocio y otorgándole un valor agregado a su servicio. Teniendo en cuenta que, vivimos en un mundo muy cambiante y nos enfrentamos a un avance de la digitalización, donde esto motiva a los consumidores a optar por las empresas que brinden un servicio más innovador y más eficiente, donde claro el ahorro de tiempo es el factor más importante.

Mejía Delgado (2022) en su investigación tuvo como objetivo principal determinar el nivel de madurez que tienen las personas en el uso de la tecnología, como se familiarizan con la transformación digital, en que tanto confían, cuál fue su experiencia, en el cual se comprobó que las personas hoy en día están muy ligadas a la tecnología y es una de las herramientas que más usan, donde esto llevando a un contexto empresarial podemos ver que las personas manejan las redes sociales para diversas actividades en el cual es indispensable que una empresa implemente la tecnología para poder tener un mayor alcance con sus clientes.

García-Tudela, et al. (2022) donde la finalidad de su estudio es saber cuáles son los retos que se enfrentan las instituciones tanto públicas como privadas en incorporar la transformación digital en sus servicios, ya que si bien es cierto esta implementación ha traído como resultado una optimización en sus servicios, así como en su productividad como en el desempeño de sus trabajadores. Esto se logró debido a que supieron brindarle la información necesaria a cada trabajador, así ellos mismos se sintieron preparados para poder enfrentar la digitalización en sus actividades y priorizando invertir en nuevas tecnologías para continuar con esta transformación digital que les han generado un impacto positivo en sus instituciones.

Zakharov, et al.(2022) en su estudio en donde identifican las contradicciones en los enfoques de la economía digital, la transformación digital en las empresas y evaluar cuan eficaz son las transformaciones digitales que se han dado en el mundo después del COVID-19. En donde podemos mencionar que esto último ha acelerado el proceso de la transformación digital, lo cual ha mejorado los procesos

de cómo gestionar , donde cambiar drásticamente han logrado que muchas empresas han resurjan, mejorando así su enfoque operativo como estratégico, teniendo como finalidad el éxito a muchas empresas después del COVID-19.

En el contexto nacional, Rivas y Valcárcel (2021) nos comentan que los procesos de transformación digital , se han fortalecido e impulsado exponencialmente debido a la pandemia producto del COVID-19 , ya que ante esa situación muchas empresas se vieron en la necesidad de incorporar a su sistema el uso de los medios digitales, debido a la políticas de estado, el nuevo patrón de consumo, así como una medida que se optó como medida de salubridad el no tener contacto fue que se incrementara las plataformas digitales y el uso continuo de este, lo cual de cierto modo, ha mejorado el ahorro de tiempo en la atención que se brinda, generando una mejor experiencia de servicio al cliente.

Soriano (2022) en su estudio nos dice que muchas instituciones se han tenido que enfrentar el desafío de dar garantía al acceso de manera remota en todas sus actividades. Para poder satisfacer las necesidades que tuvieron que implementar sistemas , así como programas para que puedan realizar todos sus trabajos desde casa, ante la pandemia, lo cual esto demostró que muchas instituciones aun no estaban preparadas ni familiarizadas con toda esta transformación digital, pero al ver la necesidad tuvieron que adaptarse y sumarse a este nuevo cambio para poder continuar con sus actividades.

Torres (2020) en la presente investigación tuvo como finalidad como se dio la transformación digital en el país, en el cual se tuvo que integrar y aplicar la tecnología en los procesos con el fin de poder mejorar la eficiencia en las instituciones, brindando un valor agregado a sus servicios, en el cual se aprovechó la tecnología para mejorar las estrategias de las instituciones, innovando y reinventado los servicios ofrecidos, donde el desempeño de los trabajadores fue mejorando, así como también mejorando el acceso a los clientes, a tener más opciones al momento de realizar sus compras o al prestar servicios. En donde está transformación digital ha permitido que las organizaciones tengan una mejor ventaja competitiva, en el cual constantemente a medida que la tecnología evoluciona estos tienen una mayor competitividad y por ende optimizar sus servicios.

Respecto al origen de la transformación digital, Heredia (2018) afirma que la transformación digital es el proceso constante y permanente en el tiempo, que permite cambiar radicalmente el valor para el cliente, en el uso de la innovación e implementación de nuevas tecnologías para beneficio de las organizaciones. Por otro lado, Martínez (2019) afirma que la transformación digital no solo abarca una implementación e innovación tecnológica, sino también como afecta este cambio a las personas y a las organizaciones, y como debemos transformarnos para poder disfrutar sus ventajas y evitar posibles inconvenientes.

De tal modo que, podemos decir que en los últimos años la implementación de la transformación digital en las empresas ha ido aumentando exponencialmente y esto se ha debido al post COVID-19, en el cual muchas empresas tuvieron la necesidad de incorporar este sistema digital, debido a la coyuntura que se vivía y ante el cese de las actividades empresariales, muchas empresas cuando quisieron aperturar para retomar sus actividades, se vieron obligados a seguir las disposiciones del gobierno, en el cual estas medidas incluían implementar las plataformas digitales, así como nuevos programas y sistemas para poder realizar dichas actividades, lo cual ha sido algo beneficioso, puesto que, ahora tanto las grandes como pequeñas empresas están más familiarizadas con la tecnología, así como una mayor rapidez en sus actividades y servicio, lo cual ha optimizado la atención a los clientes.

Por otro lado, una de las teorías de la transformación digital donde, Darwin (1859) en donde podemos decir el “darwinismo digital” (donde aplicamos la teoría de la evolución de las especies en la era digital empresarial) donde claramente podemos ver como se simplifica el concepto de la transformación digital y como las empresas que se suman al cambio son las que siguen vigentes es el mercado empresarial, dado que dan la solución a las necesidades de los clientes.

Además, en referencia a la importancia de la transformación digital, es necesaria para las empresas, puesto que, actualiza los métodos obsoletos que se llevaban a cabo con anterioridad reemplazándolo por las nuevas tecnologías que dan inicio a una transformación digital, en el cual nos dejó como aprendizaje la pandemia donde muchas empresas se vieron forzadas a adaptarse a los cambios

e incorporar en sus sistemas métodos antes no empleados, todo sea para poder seguir vigentes en el mercado y poder optimizar en sus servicios , como un mejor desempeño en sus colaboradores, donde esto nos lleva a un incremento de las actividades económicas que aportan positivamente a la economía del país. Así mismo, Ochoa (2016) lo confirma en donde nos dice aprovechar potencialmente las nuevas tecnologías, harán mejorar todos los procesos, creando valor a la empresa, a sus empleados y a los clientes.

También, la transformación digital tiene diversos beneficios para todas las empresas, debido que, con los avances que existen hoy en día, permite a la empresa mejorar la experiencia del cliente, puesto que optimiza sus procesos y los automatiza, facilitando tanto al cliente como al trabajador. Tal como, Castro y Achicanoy (2016) nos dicen que la transformación digital optimiza las actividades y procesos gracias a que incorporan tecnologías , lo cual les brinda una estrategia empresarial , estimula el crecimiento económico del país y nos da una ventaja competitiva.

Donde también podemos ver que la transformación digital tiene otro beneficio como redefinir la visión de la empresa, dándole una visión más innovadora en la cual será beneficiosa para captar una mayor cantidad de clientes digitales y que ellos se sientan parte de esta era digital. Así mismo como nos dicen Mendoza, Salasy López (2015) que la clave para el éxito, son los valores que tiene la empresa, así como su visión y misión, en la cual la implementación de tecnología ayuda a mejorar todo ello y permite optimizar los servicios que brinden la empresa, fidelizando así a los clientes.

Con relación a los enfoques conceptuales se aprecia la concepción de transformación digital y divididos por dimensiones, lo que se quiere decir es que, la variable transformación digital: innovación, tecnología y ventaja competitiva, donde cada uno cuenta con sus indicadores.

Como concepto general la categoría transformación digital, Martínez (2019) es la implementación e innovación en cuanto a la tecnología, además de impulsar a las personas y empresas a adaptarse a este cambio para poder tener una ventaja competitiva en sus actividades.

Subcategoría 1 Innovación. Según, Suárez (2015) dice, es el momento de cambio

de un proceso, servicio o producto, por otro con valor agregado, aceptado los clientes.

División 1 Cambio. Según, García, (2009) es cualquier modificación que se da algo, volviéndose un aprendizaje para crecer.

División 2 Servicio. Según Stanton (2004 p.334) son determinadas actividades intangibles que brinda una empresa o persona que cubren la necesidad de un cliente.

División 3 Proceso. Según Krajewski, et al.(2008), es cualquier actividad o conjunto de actividades en las que se transforman uno o más materias para adquirir uno o más productos para los clientes.

División 4 Valor agregado. Según Porter, (1985) es una característica adicional que da una ventaja competitiva a una empresa y a su vez mejora su rentabilidad.

Subcategoría 2 Tecnología. Según Nezeys, (1985) es el conjunto de conocimientos y de competencias necesarias en la creación de nuevas técnicas.

División 1. Técnica. Según Gutiérrez, (2002) es la destreza para la elaboración de algo, mediante la aplicación de procesos y recursos.

División 2. Creación. Según Ferrer (2015), es la formación de algo que previamente no existía.

Subcategoría 3 Ventaja competitiva. Según, Katti Pratiwi y Setiahadi (2019) es satisfacer la necesidad con mayor productividad y eficiencia para poder competir en los mercados nacional e internacional.

División 1 Productividad. Según Martínez (2007) es un indicador que nos permite comprobar si hay un uso óptimo de los recursos empleados y de los terminados de una economía en la producción de bienes y servicios, revelando su eficiencia.

División 2. Eficiencia. Según Gutiérrez, (2005) es la aplicación adecuada de los recursos.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación:

El tipo de estudio fue básico. Según Relat, J (2010) este tipo de investigación se caracteriza por ser teórica, donde a la información existente se le agrega nueva información actualizada que sumara a la teoría.

3.1.2 Diseño de investigación:

El diseño de la investigación fue fundamentada. Según Glaser & Strauss (1967) se basa en el planteamiento básico, donde las propuestas teóricas nacen de los datos conseguidos en la investigación, más que de los estudios previos. En el cual este procedimiento forma el alcance de un fenómeno comunicativo, educativo o para lo que sea requerido.

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

La presente investigación es de 1 categoría y cuenta con 3 subcategorías.

La categoría es: transformación digital

Sus Subcategorías son: innovación, tecnología y ventaja competitiva.

Cabe enfatizar que la categoría es cualitativa, en donde la primera subcategoría cuenta con 4 indicadores, en la segunda subcategoría son 2 y en la tercera subcategoría son 2.

3.3 Escenario de estudio

Se enfocó en la empresa HARO RIOS E.I.R.L, la cual es una organización empresarial dedicada a ofrecer servicios de capacitación sobre salud, seguridad ocupacional y medio ambiente que se sitúa en La Molina. La cual cuenta con una sola sede que ahí ejecuta todas sus gestiones respecto a sus servicios ofrecidos. En el cual mayormente solo se encuentra el gerente general y su asistente, ya que mayormente el trabajo es de campo y suelen estar en las empresas que se vayan a capacitar.

3.4 Participantes

Los participantes fueron el gerente de la empresa HARO RÍOS E.I.R.L, tres

supervisores de la empresa y un experto sobre el tema investigado.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Instrumento: Entrevista

Según el autor Sampieri (2006) nos indica que es un conjunto de preguntas que son realizadas por una persona calificada a determinadas personas, con el objetivo de saber sus respuestas y opiniones respecto a un tema específico.

En el cual la técnica empleada para la recolección de datos fue la entrevista (enfoque cualitativo) en el cual consiste en formular preguntas al gerente de la empresa, a algunos colaboradores, así como a un asesor (docente) sobre la información necesaria para poder saber cómo es la característica de la transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.

3.6 Procedimientos

Los procedimientos que se harán serán los siguientes:

Instrumentos: Entrevista

Primero:

Se presentó toda la información recolectada a los entrevistados (especialistas), donde luego se realizó la entrevista con cada uno de los enunciados basados principalmente en la problemática general y los problemas específicos, todo este proceso se llevó a cabo de forma presencial.

Segundo:

Después de responder todos los enunciados, que si bien es cierto todo lo escuchado quedó anotado para poder recopilar y analizar toda la información brindada por cada uno de los especialistas, donde fue plasmado de forma transparente en este presente proyecto de investigación.

Luego de obtener cada una de las respuestas de los participantes se procedió a recopilar todos los datos, a analizarlos y posteriormente tabularlos en tablas para poder realizar una interpretación más sencilla y precisa.

3.7 Rigor Científico

Los criterios que fueron utilizados para el rigor científico, los cuales se plasmaron en esta investigación están basados en: (Lincoln y Cuba,1985).

- La credibilidad: Los datos y resultados plasmados en este trabajo son reales.
- La imparcialidad: Todos los datos que se han obtenido son de diferentes perspectivas de cada entrevistado, todas fueron tomadas en cuenta, para un resultado objetivo.
- La autenticidad: Datos válidos y certificados, para llevar a cabo el trabajo de investigación.

3.8 Método de análisis de datos

El enfoque fue cualitativo tal como lo dice Vera, Lamberto (2015, P. 2) este modelo de investigación se justificó en la recopilación de datos, así como el análisis de todo lo recolectado de forma exhaustiva para así poder dar respuestas más acertadas de las interrogantes de esta investigación, así como ante nuevas interrogantes que se puedan presentar en el proceso.

Donde el método de esta investigación fue mediante la entrevista, con el objetivo principal de poder dar solución a la problemática y analizar los resultados que se obtengan de la entrevista, para poder estudiar así todos los datos.

Instrumentos : Entrevista

La información obtenida de la entrevista fue comparada mediante el análisis de categorización y meta de síntesis, que se llevó a cabo por el método inductivo.

Para Bertomeu (2016) se refiere a una técnica que recolecta información que sirve como estrategia para ser utilizada en el proceso de investigación dándole valor, que tiene un estudio sistematizado, con características en común y sigue pasos propios como estrategia.

3.9 Aspectos éticos

Para Dasuki (2010) la ética es una reflexión sobre las acciones libres y como se argumenta los motivos de nuestras acciones, donde sus factores importantes son: la reflexión, la argumentación, los derechos y deberes. Citado por Betancur, (2016).

Los aspectos éticos son fundamentales al momento de realizar una investigación, ya que de ahí se puede comprobar la originalidad como la transparencia de lo estudiado por la autora, para darle validez y calidad a la investigación. Cumpliendo íntegramente base los principios que nos han formado académicamente a lo largo de la carrera.

Por consiguiente a ello los comentarios que se expongan al término de los resultados serán únicamente propios de la autora de la investigación para recolectar información.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de entrevista: Donde se compara los datos obtenidos por cada categoría y subcategoría respecto al tema de investigación.

4.1.1. Categoría: Transformación digital

Entrevistados: Entrevistado 01.- Titular - Gerente de Haro Ríos EIRL Entrevistado 02.- Magister en Administración de empresas Entrevistado 03.- Supervisor SSOMA Entrevistado 04.- Supervisor SSOMA Entrevistado 05.- Supervisora SSOMA	
Subcategoría	Pregunta abierta
Innovación	1. ¿ Considera que al implementar la transformación digital generará un cambio positivo en la empresa?
	Rspta entrevistado 01: Si, debido al sistema de globalización que atraviesan las empresas, es necesario implementar mecanismos de digitalización en los procesos.
	Rspta entrevistado 02: Completamente porque ello ayuda a mejorar e innovar.
	Rspta entrevistado 03: Si genera un cambio en las empresas.
	Rspta entrevistado 04: Considero que es importante implementar la transformación digital en las empresas.
	Rspta entrevistado 05: Si es positivo.
	2. ¿Es importante para optimizar el servicio emplear plataformas digitales para una mejor experiencia al cliente?
	Rspta entrevistado 01: Considero que, a nivel de cliente, se debe implementar plataforma amigables y sencillas para una mejor experiencia.
	Rspta entrevistado 02: Si, porque eso ayuda a optimizar el tiempo del cliente.
	Rspta entrevistado 03: Es importante para la mejora de la empresa.
	Rspta entrevistado 04: Si, es importante.
	Rspta entrevistado 05: Si , es correcto.
	3. ¿Para poder llevar a cabo el proceso de implementación de transformación digital en la empresa, se debe dar de forma integral y gradual para evitar resistencia al cambio en alguno de sus trabajadores?
	Rspta entrevistado 01: Si es correcto, todo cambio en los procesos o mejora en la tecnología, debe ser de forma gradual para evitar un cambio brusco en el desarrollo de actividades.
	Rspta entrevistado 02: Si está bien porque permite al colaborador adaptarse.
	Rspta entrevistado 03: Depende de los procesos y tiempos de las empresas.
	Rspta entrevistado 04: Toda implementación en las empresas debe ser paso a paso.
	Rspta entrevistado 05: No tengo información sobre eso.
	4. ¿ En la actualidad, usted cree que las empresas están en la necesidad de renovarse adaptándose a la digitalización si quieren seguir brindando un valor agregado para tener una ventaja competitiva ante la competencia?
	Rspta entrevistado 01: Si, es correcto, las empresas deben actualizarse tanto en sus procesos como en la experiencia con el cliente, eso lleva a implementar mejoras digitales.
Rspta entrevistado 02: Claro, es bueno adaptarse bajo cualquier situación y más aún si da un valor agregado a la empresa.	
Rspta entrevistado 03: Todas las empresas en esta época deben renovarse para poder vender los productos con éxito.	
Rspta entrevistado 04: Si es importante.	
Rspta entrevistado 05: Si , las empresas deben actualizarse.	

Tecnología	5. ¿Cree usted que la mejor técnica para abordar la digitalización de una empresa es buscar nuevos canales de comunicación y publicidad?
	Rspta entrevistado 01: Considero que las empresas deben considerar un porcentaje de su presupuesto designado a la comunicación y la publicidad.
	Rspta entrevistado 02: Si, porque eso ayuda a conocer más de la empresa de forma innovadora.
	Rspta entrevistado 03: Si, y las nuevas plataformas sociales.
	Rspta entrevistado 04: Si, es importante.
	Rspta entrevistado 05: Si, y las nuevas plataformas sociales.
	6. ¿ La transformación digital permite a la empresa la creación de nuevos servicios acorde a las necesidades de los clientes, y esto sin dudas permite diversificar los servicios, tomar mejores decisiones e impulsar el crecimiento?
	Rspta entrevistado 01: Es correcto, se ve reflejado en las campañas publicitarias de grandes empresas.
	Rspta entrevistado 02: Si, porque eso permite conocer más al cliente.
	Rspta entrevistado 03: Si, es correcto.
	Rspta entrevistado 04: Si, es correcto.
	Rspta entrevistado 05: Si, es correcto.
Ventaja Competitiva	7. ¿ Las herramientas digitales corporativas que han surgido últimamente; agilizan los procesos internos de las organizaciones e incrementan el nivel de productividad de los colaboradores?
	Rspta entrevistado 01: Si, las nuevas herramientas digitales permiten que los colaboradores se integren a los procesos y servicios de la empresa a fin de brindar una experiencia única al cliente.
	Rspta entrevistado 02: Si, porque optimiza tiempo.
	Rspta entrevistado 03: Si, es correcto.
	Rspta entrevistado 04: Si, es correcto.
	Rspta entrevistado 05: Si, es correcto.
	8. ¿ Una empresa transformada digitalmente obtiene una mayor eficiencia en cuanto a sus actividades y servicios que aquellas que continúan con el modelo de negocio tradicional?
	Rspta entrevistado 01: Considero que las empresas que se “actualizan” e ingresan a la era digital, serán las empresas que sobrevivan a las brechas del modelo económico.
	Rspta entrevistado 02: Claro, porque mientras más innovo o cree herramientas interesantes, ayuda a tener una mejor imagen.
	Rspta entrevistado 03: Si, es correcto.
	Rspta entrevistado 04: Si, es correcto.
Rspta entrevistado 05: Si, es correcto.	

4.2. Discusión:

En cuanto al objetivo específico 01, que va en relación con la categoría “Transformación digital” y la subcategoría de “innovación”, donde se enfocó en: Conocer la característica de innovación de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022; en la cual las preguntas que se realizaron a los entrevistados fueron:

1. ¿ Considera que al implementar la transformación digital generará un cambio positivo en la empresa?, se puede indicar de acuerdo a las respuestas obtenidas a los entrevistados, en donde todos coinciden que la implementación de transformación digital genera un cambio positivo a la empresa.

Teniendo como resultado que todos tienen conocimiento sobre el tema y los

beneficios que aporta a la empresa, ya sea por la globalización , así como la constante innovación que debe implementar la empresa para mejorar sus servicios.

Respecto a la pregunta 2. ¿Es importante para optimizar el servicio emplear plataformas digitales para una mejor experiencia al cliente?, de acuerdo a las respuestas de los entrevistados, donde todos coincidían sobre la importancia para optimizar el servicio empleando las plataformas digitales era para brindarle una mejor experiencia al cliente y puedan familiarizarse con las nuevas innovaciones, donde también nos dice el entrevistado 01 que la implementación sean con plataformas amigables y sencillas para que el cliente pueda tener una mejor experiencia, ya que será más fácil de usar para el usuario.

Tal como se indica en el antecedente internacional, (Mejía., 2022), el cual se titula “Transformación digital en las instituciones de educación superior a partir del COVID-19: madurez tecnológica de los estudiantes en Colombia”- Colombia, donde dice que se debe determinar la madurez de las personas sobre el uso de la tecnología, donde se comprobó que las personas se sienten muy ligadas a la tecnología, lo que permite a las empresas emplear la transformación digital para brindar una mejor experiencia al cliente.

En la pregunta 3. ¿Para poder llevar a cabo el proceso de implementación de transformación digital en la empresa, se debe dar de forma integral y gradual para evitar resistencia al cambio en alguno de sus trabajadores?, donde los entrevistados 01,02 y 04 coinciden en que la implementación se debe dar de forma gradual para que el colaborador pueda apartarse óptimamente , sin que genere una resistencia al cambio, en cuanto al entrevistado 03 nos dice que esa implementación dependerá de los procesos y el tiempo que requiera la empresa, en cambio la entrevistada 05 señala no tener conocimiento sobre el tema preguntado.

En este resultado podemos ver que la mayoría de entrevistados tienen información sobre el tema y coinciden en cómo se debe llevar a cabo la implementación de transformación digital para una mejor aceptación de sus colaboradores, así como también podemos ver que uno de ellos no tiene aún la información sobre cómo se debería realizar esa implementación y que medidas favorables emplear.

En la pregunta 4. ¿ En la actualidad, usted cree que las empresas están en la

necesidad de renovarse adaptándose a la digitalización si quieren seguir brindando un valor agregado para tener una ventaja competitiva ante la competencia?, se puede indicar que de acuerdo a las respuestas obtenidas de los entrevistados, todos coincidieron y estuvieron a favor de que las empresas actualmente deben de actualizarse, adaptarse y renovarse para poder otorgar un valor agregado a sus servicios, así como una mejor experiencia al cliente, donde se verá reflejado en sus ventas futuras.

En resultado a la pregunta 4, podemos resaltar que los entrevistados tienen la información sobre el tema, conocen que las necesidades de los clientes cambian constantemente y ante un mercado competitivo como lo es en la actualidad, se debe siempre estar en constante innovación e implementación, así como la predisposición de adaptarse a esta nueva era digital que aporta para un mejor desempeño en la empresa, dándole una ventaja ante la competencia.

En cuanto al objetivo específico 02, con respecto a la categoría “Transformación digital” y la subcategoría de “tecnología”, el cual se basó en: Conocer la característica de tecnología de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022; en la cual las preguntas que se realizaron a los entrevistados fueron:

5. ¿Cree usted que la mejor técnica para abordar la digitalización de una empresa es buscar nuevos canales de comunicación y publicidad?, se puede indicar de acuerdo a la respuesta de los entrevistados, donde todos coincidieron en que efectivamente la mejor manera de emplear la digitalización era con la búsqueda de nuevos canales de comunicación y publicidad, además el entrevistado 01, nos dice que las empresas deben de considerar tener un presupuesto asignado para invertir en publicación y comunicación.

En el resultado de la pregunta 5, se puede decir que es importante para que una empresa pueda emplear mejor la digitalización debe tener un presupuesto para estar constantemente buscando nuevos canales de comunicación y publicidad, ya que eso le permitirá tener un mayor contacto con los clientes y tener en claro sus necesidades, más aún ahora que todos están adaptados al entorno digital, lo cual generará una disponibilidad de atención continua, ya que el cliente podrá acceder a la información a la hora que quiera y realizar preguntas en cualquier momento, sin tener que ir personalmente, generando un beneficio a la empresa y a su servicio.

Respecto a la pregunta 6. ¿ La transformación digital permite a la empresa la creación de nuevos servicios acorde a las necesidades de los clientes, y esto sin dudas permite diversificar los servicios, tomar mejores decisiones e impulsar el crecimiento?, en cuanto a las opiniones respondidas por los entrevistados, todos coinciden y afirman que la transformación digital permite la creación de nuevo servicios , diversificación de productos y tomar mejores decisiones, así como dice el entrevistado 01 que efectivamente eso se cumple ya que se ve reflejado en las grandes empresas que lo emplean y también como dice el entrevistado 02 que eso ayuda a conocer más al cliente, lo cual es positivo para la empresa.

El resultado de la pregunta 6, es que influye positivamente la transformación digital a una empresa, puesto que impulsa la cultura de la innovación, ya que aporta a la creación de nuevos productos, a la diversificación, a las oportunidades de negocio y soluciones. Donde esto generará un crecimiento, presencia y solidez a la empresa, logrando así una ventaja competitiva.

En cuanto al objetivo específico 03, con respecto a la categoría “Transformación digital” y la subcategoría de “ventaja competitiva” , el cual se basó en: Conocer la característica de ventaja competitiva de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina,2022; en la cual las preguntas que se realizaron a los entrevistados fueron:

7. ¿ Las herramientas digitales corporativas que han surgido últimamente; agilizan los procesos internos de las organizaciones e incrementan el nivel de productividad de los colaboradores?, donde los entrevistados coinciden en que las herramientas digitales agilizan procesos e incrementan la productividad de los colaboradores.

Tal como se indica en el antecedente internacional, Sánchez y Viltard (2020) ,el cual se titula “La formació de periodistes en Metodologia a les universitats espanyoles per a un perfil acadèmic i de consultoria digital”- España, donde nos dicen que los avances tecnológicos, donde se ha vuelto un factor clave para motivar y tener un mejor desempeño por parte del colaborador, lo cual esto permite que mejoren su productividad.

En la pregunta 8. ¿ Una empresa transformada digitalmente obtiene una mayor eficiencia en cuanto a sus actividades y servicios que aquellas que continúan con el modelo de negocio tradicional?, donde todos los entrevistados claramente coinciden que efectivamente una empresa transformada digitalmente tiene una mayor eficiencia

que una de modelo tradicional, ya que tienen una ventaja tanto en innovación como en mejoras de su servicio y mantienen su vigencia.

Es así lo indica en el antecedente internacional, Al y Llambías (2018), el cual se titula "EXPLORANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DESDE ADENTRO."- Argentina, donde nos comentan que muchas empresas han decidido sumarse a estos nuevos negocios digitales, lo cual ha sido beneficioso para ellos , pero también hay empresas que no quieren dejar lo tradicional y no se suman aun a esta transformación digital, dado que muchas personas rechazan el cambio, ya que no ven la necesidad o no tienen la información necesaria, lo cual genera una desventaja ante los que si la emplean.

Esta investigación tuvo como finalidad y objetivo general, el de conocer la característica de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, en el periodo del año 2022.

Conforme a las entrevistas realizadas podemos señalar que la transformación digital muy aparte de adaptarse al cambio y sumarse a esta nueva era digital, es también comprometerse mejor con los clientes, conocer sus necesidades, empoderar a los trabajadores para un mejor desempeño, así como reinventar modelos de negocios, lo cual ayudará a definir la competitividad de la empresa y la habilidad de poder adaptarse a los cambios que se vayan presentando en este mercado tan cambiante y competitivo, para beneficio de los clientes que son pieza fundamental para el éxito de toda empresa.

V. CONCLUSIONES

Primera:

Conforme al primer objetivo se concluyó que el aprovechamiento de innovar mediante la transformación digital en la empresa, ha aportado en brindar al cliente un mejor servicio, ya que los clientes desde sus casas pueden realizar consultas, tener reuniones y hasta adquirir los servicios sin necesidad de ir a la empresa, ahorrándoles tiempo a los clientes y brindándoles una mejor experiencia.

Segunda:

En relación con el segundo objetivo se concluye que se ha podido comprobar la vital importancia para el sector empresarial, en donde actualmente en este mundo globalizado, para que las empresas mantengan la competitividad con sus similares y obtengan el liderazgo, deben de implementar constantemente en herramientas tecnológicas que conllevarán en corto y largo plazo, así como renovar las plataformas digitales, lo cual generará diversos aspectos positivos así como mayores ingresos de activos a las mismas.

Tercera:

Respecto al tercer objetivo con la aparición de la pandemia, desde el año 2020, la empresa se ha visto en la necesidad de implementar herramientas digitales, en beneficio de sus clientes, los mismos que han conllevado a diversos factores positivos, como son: Mejora de la productividad, reducción de tiempo y costos, mejora de la comunicación interna y externa, alargando así la vida de la empresa, evidenciando con ello, una adaptación a los diversos cambios que una empresa debe asumir ante cualquier eventualidad que pueda afectar su normal desarrollo y competitividad en el mercado, generando así una ventaja competitiva a la empresa.

Cuarta:

Finalmente, podemos afirmar que la transformación digital da un valor agregado a los servicios que ofrece la empresa, así como también brinda una mejor experiencia a cada cliente, así como aporta a la empresa a renovarse constantemente, generando con ello tener así una ventaja competitiva dentro del mercado objetivo y logrando así incrementar sus ingresos, como la fidelización de sus clientes.

VI. RECOMENDACIONES

Primera:

La empresa como primer paso para el uso correcto de la transformación digital debe identificar si las herramientas digitales que usa son ventajosas para sus servicios, ya que según la característica de la empresa y sus necesidades se debe emplear la herramienta digital adecuada, en este caso el uso de las plataformas digitales (página web o redes sociales) como emplea la empresa están dando resultados positivos y así sucesivamente ver que otras herramientas ir empleando o innovando según las nuevas necesidades internas o externas que se puedan presentar.

Segunda:

La empresa al emplear en sus servicios los beneficios de la transformación digital, deberá capacitar constantemente a sus trabajadores brindándoles la información necesaria y sobre el uso adecuado, para poder así aprovechar positivamente los beneficios que brinda, lo que conllevará a un mejor desempeño laboral, así como también la mejora continua.

Tercera:

Para la empresa la transformación digital es la respuesta estratégica a la globalización y digitalización creciente en este entorno competitivo empresarial, por eso para poder mantener y captar nuevos clientes, deberá sofisticar constantemente sus sistemas y plataformas digitales en todos sus procedimientos, generando una mejor experiencia al cliente, ya que te permitirá saber las necesidades y a que dirección seguir en el futuro, lo cual genera la fidelización de los clientes.

Cuarta:

La empresa al emplear la transformación digital debe interactuar más con los clientes en sus plataformas digitales, actualizar constantemente su contenido informando todo sobre la empresa y los servicios que ofrece, aprovechando así esos recursos digitales, ya que traerá una mejora en cuanto oportunidades, crecimiento y una ventaja competitiva.

REFERENCIAS

- Abreu, A., Castanho, R. A., Alisesa, J. M., & Carvalho, J. V. (2021). *Transformación Digital e Innovación Tecnológica en la Educación*. ARANZADI/CIVITAS.
- Alunni, L., & Llambías, N. (2018). EXPLORANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DESDE ADENTRO. In *Alunni, Laura; Llambías, Nicolás* (Vol. 17, pp. 11–30). <https://www.proquest.com/docview/2154971245/244417DD20C74854PQ/4?accountid=37408>
- Arango Serna, M. D., Branch, J. W., Castro Benavides, L. M., & Burgos, D. (2019). Un modelo conceptual de transformación digital. Openergy y el caso de la Universidad Nacional de Colombia. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 19(4), 95–107. <https://doi.org/10.14201/eks201819495107>
- Arellano Morales, M. A. (2020). Las brechas digitales en México: un balance pertinente. *El Trimestre Económico*, 87(346), 367. <https://doi.org/10.20430/ete.v87i346.974>
- Arjona, R. R. (2021). CIENCIA E INNOVACIÓN PARA TRANSFORMAR EUROPA. In *Papeles de Economía Española; Madrid Iss* (Vol. 169, pp. 2–15). <https://www.proquest.com/docview/2595666546/81472330FEAA47C3PQ/18?accountid=37408>
- Baber, W. W., Ojala, A., & Martinez, R. (2019). Effectuation logic in digital business model transformation: Insights from Japanese high-tech innovators. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(6/7), 811–830. <https://doi.org/10.1108/jsbed-04-2019-0139>
- Barmuta, K. A., Akhmetshin, E. M., Andryushchenko, I. Y., Tagibova, A. A., Meshkova, G. V., & Zekiy, A. O. (2020). Problems of business processes transformation in the context of building digital economy. *Journal of Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 945–959. <https://doi.org/10.1108/jsbed-04-2019-0139>

- Bertomeu, P. F. (2016). *Técnica de recogida de información: La entrevista 2*. Diposit.Ub.Edu. Retrieved May 26, 2022, from <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Castellar, G. B., Querido, M. F. R., & Meirelles, F. D. S. (2021). To the top: the impact of digital transformation on the market value of Magazine Luiza. *International Journal of Innovation*, 9(3), 439–473. <https://doi.org/10.5585/iji.v9i3.18621>
- Castellar, G. B., Querido, M. F. R., & Meirelles, F. D. S. (2021). To the top: the impact of digital transformation on the market value of Magazine Luiza. *International Journal of Innovation*, 9(3), 439–473. <https://doi.org/10.5585/iji.v9i3.18621>
- Chen, C.-L., Lin, Y.-C., Chen, W.-H., Chao, C.-F., & Pandia, H. (2021). Role of government to enhance digital transformation in small service business. *Sustainability*, 13(3), 1028. <https://doi.org/10.3390/su13031028>
- Cuenca-Fontbona, J., Compte-Pujol, M., & Zeler, I. (2022). La estrategia aplicada a las relaciones públicas en el medio digital: El caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80(80), 163–182. <https://doi.org/10.4185/rlds-2022-1537>
- Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., & Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 75–92. <https://doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a5>
- Dávila Newman, G. (2006). *EL RAZONAMIENTO INDUCTIVO Y DEDUCTIVO DENTRO DEL PROCESO INVESTIGATIVO EN CIENCIAS EXPERIMENTALES Y SOCIALES*. Redalyc.Org. Retrieved May 26, 2022,

from <https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>

El Hilali, W., El Manouar, A., & Janati Idrissi, M. A. (2020). Reaching sustainability during a digital transformation: a PLS approach. *International Journal of Innovation Science*, 12(1), 52–79. <https://doi.org/10.1108/ijis-08-2019-0083>

El Perú continua su camino hacia la transformación digital. (n.d.). Omniasolution.com. Retrieved May 3, 2022, from <https://omniasolution.com/2021/09/30/el-peru-continua-su-camino-hacia-la-transformacion-digital/>

Galimova, M., Gileva, T., Mukhanova, N., & Krasnuk, L. (2019). Selecting the path of the digital transformation of business-models for industrial enterprises. *IOP Conference Series. Materials Science and Engineering*, 497(1), 012071. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/497/1/012071>

García-Tudela, P. A., Montiel-Ruiz, F. J., & Prendes-Espinosa, M. P. (2022). La transformación digital de la formación para la Economía Social Hachetetepé. *Revista científica de educación y comunicación*, 24, 1204–1204. <https://doi.org/10.25267/hachetetepe.2022.i24.1204>

Gértrudix, M., Esteban, N., & Gálvez, M. C. (2017). *Innovación educativa como agente de transformación digital en la Educación Superior. Acciones para el cambio.* Dykinson SL.

Grupo PowerData. (n.d.). *Transformación digital. Qué es y su importancia y relación con los datos.* Powerdata.Es. Retrieved May 3, 2022, from <https://www.powerdata.es/transformacion-digital>

Hrynko, P. (2019). Improvement of the digital transformation strategy of business on the basis of digital technologies. *EUREKA Social and Humanities*, 6, 10–18. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2019.001083>

- Ida, L. M. C., & Tumelero, C. (2021). Boosting technological innovation and innovation culture from an idea generation program: the experience of a Brazilian bank. *International Journal of Innovation*, 9(3), 474–495. <https://doi.org/10.5585/iji.v9i3.19282>
- Kő, A., Fehér, P., & Szabó, Z. (2019). Digital transformation – A Hungarian overview. *Economic and Business Review*, 21(3), 371-392,495. <https://doi.org/10.15458/ebr.91>
- Kondarevych, V., Andriushchenko, K., Pokotylska, N., Ortina, G., Zborovska, O., & Budnyak, L. (2020). Digital transformation of business processes of an enterprise. *TEM Journal*, 9(4), 1800–1808. <https://doi.org/10.18421/tem94-63>
- Kotarba, M. (2018). Digital transformation of business models. *Foundations of Management*, 10(1), 123–142. <https://doi.org/10.2478/fman-2018-0011>
- Laviolette, E. M. (2019). Spin-offs as microfoundations of dynamic capabilities in rapidly growing SME. *Management International*, 23(4), 64–82. <https://doi.org/10.7202/1066070ar>
- Li, S. (n.d.). Review of Business, suppl. In *Review of Business, suppl. Special Issue in Fintech; New York* (Vol. 41, Issue 1, pp. 1–14). <https://www.proquest.com/docview/2491244492/9300C21AF7304E2BPQ/38?accountid=37408>
- Maraví, M. (n.d.). *Sistema Nacional de Transformación Digital: Perú avanza en su meta de 2021*. LexLatin. Retrieved May 3, 2022, from <https://lexlatin.com/entrevistas/sistema-nacional-de-transformacion-digital-peru-avanza-en-su-meta-de-2021>
- marketing. (2020, February 25). *La transformación digital del país*. Torres y Torres Lara - Abogados.<https://www.tytl.com.pe/la-transformacion-digital-del-pais/>
- Martinez, F. L., & Fernandez Ledesma, J. D. (2022). Roadmap for the

- implementation of robotic process automation in enterprises. In *Dyna (Medellin)* (Vol. 89, Issue 220, pp. 81–89). Universidad Nacional de Colombia. <https://doi.org/10.15446/dyna.v89n220.99205>
- Mejia Delgado, O. A., & Mejia Delgado, Y. Y. (2022). Transformación digital en las instituciones de educación superior a partir del Covid-19: madurez tecnológica de los estudiantes en Colombia. *Universidad & Empresa*, 23(41).<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.10606>
- Múnera, C. P. G., Marín, L. M. G., & Gómez-Álvarez, M. C. (2020). Hacia un Modelo de Madurez de Transformación Digital (MMTD) para las cooperativas de ahorro y crédito. In *RISTI - Rev. Ibér. Sist. Tecnol. Inf.* (Vol. 32, pp. 622– 634). Associação Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informacao. <https://www.proquest.com/docview/2452331611/65A69DC35F5B439FPQ/14?accountid=37408>
- Nava Pascual, D., & Molina Cruz, A. A. (2019). La transformación digital de la fuerza laboral. *Tepexi boletín científico de la escuela superior tepeji del río*, 6(12), 91–93. <https://doi.org/10.29057/estr.v6i12.4301>
- Nwaiwu, F., & Tomas Bata University in Zlín. (2018). Review and comparison of conceptual frameworks on digital business transformation. *Journal of Competitiveness*, 10(3), 86–100. <https://doi.org/10.7441/joc.2018.03.06>
- Orji, C. I. (2019). Digital business transformation: Towards an integrated capability framework for digitization and business value generation. In *Journal of Global Business and Technology; Huntington Station volume* (Vol. 15, Issue 1, pp. 47–57). <https://www.proquest.com/docview/2354856168/9300C21AF7304E2BPQ/8?accountid=37408>

- PAD Escuela de Dirección-Universidad de Piura. (n.d.). *Transformación digital en Perú: Estudio 2020*. Pad.edu. Retrieved May 3, 2022, from <https://marketing.pad.edu/transformacion-digital-en-peru-estudio-2020>
- Paletta, F. C., & Moreiro-González, J.-A. (2021). La transformación digital en los métodos y temas de la investigación brasileña de Información y Documentación 2010-2019. *Revista española la de documentacion científica*, *44*(2), e293. <https://doi.org/10.3989/redc.2021.2.1763>
- Pérez, A.-P. M., & Torrent-Sellens, J. (2020). Transformación digital y productividad total de los factores (PTF) en las empresas españolas del sector oleícola: Una aproximación regional. In Pérez, Albert-Pol Miró; Torrent-Sellens, Joan (Vol. 118, pp. 77–113). <https://www.proquest.com/docview/248652375/81472330FEAA47C3PQ/12?accountid=37408>
- Perlado-Lamo-de-Espinosa, M., Papi-Gálvez, N., & Bergaz-Portolés, M. (2019). From media planner to media expert: The digital effect in advertising. *Comunicar*, *27*(59), 105–114. <https://doi.org/10.3916/c59-2019-10>
- Proaño, M. F., Orellana, S. Y., & Martillo, I. O. (2018). Los sistemas de información y su importancia en la transformación digital de la empresa actual. *Revista ESPACIOS*, *39*(45). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n45/18394503.html>
- Ramírez Hoyos, D. M. (2020). Economía, finanzas y empresas: Investigación alineada con tendencias globales. In Ramírez Hoyos, Diana Milena (Vol. 55, Issue 175, pp. 93–97). <https://www.proquest.com/docview/2594841477/65A69DC35F5B439FPQ/42?accountid=37408>
- Rivas Mago, L. A., & Ganvini Valcárcel, C. (2021). COVID-19: acelerador de la transformación digital. *Yachay - Revista Científico Cultural*, *10*(1), 532–535.

<https://doi.org/10.36881/yachay.v10i1.396>

Sánchez, R., & Viltard, L. A. (2020). DESAFÍO DIGITAL Y CONVIVENCIA INTER-GENERACIONAL EN ARGENTINA. In *Sánchez, Romina; Viltard, Leandro A* (Vol. 21, pp. 47–70). <https://www.proquest.com/docview/2467627507/244417DD20C74854PQ/8?accountid=37408>

Sánchez-García, P., & Vicente Mariño, M. (2020). La formació de periodistes en Metodologia a les universitats espanyoles per a un perfil acadèmic i de consultoria digital. *Anàlisi*, 62(62), 57. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3282>

Sastre, D. M., Morillas, A. S., & Cansado, M. N. (2019). LA CULTURA CORPORATIVA: CLAVES DE LA PALANCA PARA LA VERDADERA TRANSFORMACIÓN DIGITAL. In *Sastre, Daniel Muñoz; Morillas, Ana Sebastián; Cansado, Marian Núñez* (Vol. 439, Issue 25, p. 439). iS+D Fundacion.<https://www.proquest.com/docview/2248266002/244417DD20C74854PQ/6?accountid=37408>

Solamente el 21% de empresas en el Perú cuenta con las capacidades digitales necesarias para emprender una transformación digital en su sector. (2021, April 27). EY. https://www.ey.com/es_pe/news/2021/04/empresas-peru-capacidades-digitales-transformacion-digital

Somogyi, D. I. (2020). Enterprise's digital transformation – digital technologies incorporated by European union's businesses. In *Annales Universitatis Apulensis : series Oeconomica; Alba Iulia volume* (Vol. 22, Issue 2, pp. 169–177). <https://doi.org/10.29302/oeconomica.2020.22.2.15>

Soriano, M. (n.d.). *Transformación digital en las bibliotecas universitarias: Caso de éxito Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, Perú.* Igniteonline.la. Retrieved May 3, 2022, from <https://igniteonline.la/7646/>

- Vaca López, A. (2021). El Marketing Digital para las Pymes en tiempos de pandemia. *Lúmina*, 22(2), E0014. <https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.4524.2021>
- Valderrama, B. (n.d.). *Transformación digital y organizaciones ágiles Pojopy digital jeporu ha tembiapo ñembopya'eve Digital transformation and agile organizations*. Edu.Py. Retrieved May 3, 2022, from <https://www.utic.edu.py/revista.ojs/revistas/6/pdf/1.pdf>
- Zakharov, V., Ludushkina, E., Kislinskaya, M., Kornilova, E., & Novikov, A. (2022). Digital transformation of enterprises: trends, factors, results. *Nexo Revista Científica*, 35(01), 133–145. <https://doi.org/10.5377/nexo.v35i01.13924>
- Zolkover, A., Petrunenko, I., Iastremska, O., Stashkevych, O., & Mehdizade, M. M. (2022). Benefits and risks of digital business transformation: The example of Eastern Europe countries. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(2), 344–356. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i2.910>
- Zurita, R. T., Millán, M. J. R., Díaz, P. L., La Investigació, N. iS +. D. P., Social Avanzada, N., & España. (2021). LAS PRÁCTICAS DE DIGITALIZACIÓN IMPLEMENTADAS EN LAS EMPRESAS DESDE LOS DEPARTAMENTOS DE RECURSOS HUMANOS: ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO. In Zurita, Remedio Torrijos; Millán, María Jesús Rosado; Díaz, Pilar Lacasa (Vol. 32, pp. 498–525). iS+D Fundacion. <https://www.proquest.com/docview/2503975194/244417DD20C74854PQ/9?accountid=37408>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de categorización Investigación cualitativa

PROBLEMA	OBJETIVO S	MARCO TEORICO	CATEGORÍA	SUB CATEGORI A	DIVISIÓN DE SUB CATEGORÍAS	CÓDIGO
PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es la característica de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?.	OBJETIVO GENERAL Conocer la característica de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.	Martínez (2019) es la implementación e innovación en cuanto a la tecnología, además de impulsar a las personas y empresas a adaptarse a este cambio para poder tener una ventaja competitiva en sus actividades.		Innovación	Cambio	P1
					Servicio	P2
					Proceso	P3
					Valor agregado	P4
PROBLEMAS ESPECIFICOS 1. ¿ Conocer la característica de innovación, de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022? 2. ¿ Conocer la característica de tecnología de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022? 3. ¿ Conocer la característica de ventaja competitiva de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?	OBJETIVOS ESPECIFICOS 1. Conocer la característica de innovación de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022. 2. Conocer la característica de tecnología de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022. 3. Conocer la característica de ventaja competitiva de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.			Tecnológica	Técnica	P5
					Creación	P6
				Ventaja Competitiva	Productividad	P7
					Eficiencia	P8

Anexo N.º 3A AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20600886011
Haro Ríos EIRL	
Nombre del Titular o Representante legal: Eduardo José Haro Ríos	
Nombres y Apellidos: Eduardo José Haro Ríos	DNI: 46042939

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo ^o, autorizo [X], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autor: Nombres y Apellidos Nissida Isabel Rodriguez Montes de Oca	DNI: 75383108

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma:



(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Matriz de categorización

PROBLEMA	OBJETIVOS		CATEGORIA: : TRANSFORMACION DIGITAL		
<p>Problema general:</p> <p>¿Cuál es la característica de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?.</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>4. ¿ Conocer la característica de innovación, de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?</p> <p>5. ¿ Conocer la característica de tecnología de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?</p> <p>6. ¿ Conocer la característica de ventaja competitiva de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Conocer la característica de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>4. Conocer la característica de innovación de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.</p> <p>5. Conocer la característica de tecnología de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.</p> <p>6. Conocer la característica de ventaja competitiva de la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.</p>	<p>Categoría</p> <p>TRANSFORMACIÓN DIGITAL</p> <p>Según Martinez (2019) es la implementación e innovación en cuanto a la tecnología, además de impulsar a las personas y empresas a adaptarse a este cambio para poder tener una ventaja competitiva en sus actividades.</p>	SUBCATEGORIAS	DIVISIONES	CODIGO
			I. Innovación	Cambio Servicio Proceso Valor agregado	P1 P2 P3 P4
			II. Tecnología	Técnica Creación	P5 P6
III. Ventaja Competitiva	Productividad Eficiencia	P7 P8			

Instrumento

Elaborado por **Rodriguez Montes de Oca, Nissida**

N° DE CÓDIGO DE ALUMNO **6700253806**

INSTRUCCIONES

Este es un inventario, el cual permite interpretar, describir y conocer cómo se implementaría la Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022.; a través de su categoría: Transformación digital. A continuación, se mostrará para cada componente un número de enunciados y/o indicaciones, los cuales serán respondidos de acuerdo a las observaciones del investigador.

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

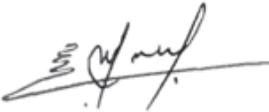
CATEGORÍA : TRANSFORMACIÓN DIGITAL			
N°	Subcategorías	ENUNCIADOS	RESPUESTAS
1.	Cambio	Considera que al implementar la transformación digital generará un cambio positivo en la empresa.	
2.	Servicio	Es importante para optimizar el servicio emplear plataformas digitales para una mejor experiencia al cliente.	
3.	Proceso	Para poder llevar a cabo el proceso de implementación de transformación digital en la empresa se debe dar de forma integral y gradual para evitar resistencia al cambio en alguno de sus trabajadores.	
4.	Valor agregado	En la actualidad, usted cree que las empresas están en la necesidad de renovarse adaptándose a la digitalización si quieren seguir brindando un valor agregado para tener una ventaja ante la competencia.	
5.	Técnica	Cree usted que la mejor técnica para	

		abordar la digitalización de una empresa es buscar nuevos canales de comunicación y publicidad.	
6.	Creación	La transformación digital permite a la empresa la creación de nuevos servicios acorde a las necesidades de los clientes, y esto sin dudas permite diversificar los servicios, tomar mejores decisiones e impulsar el crecimiento.	
7.	Productividad	Las herramientas digitales corporativas que han surgido últimamente ; agilizan los procesos internos de las organizaciones e incrementan el nivel de productividad de los colaboradores.	
8.	Eficiencia	Una empresa transformada digitalmente obtiene una mayor eficiencia en cuanto a sus actividades y servicios que aquellas que continúan con el modelo de negocio tradicional.	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de investigación: Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022								
Apellidos y Nombres del investigador: Rodríguez Montes de Oca, Nissida								
Apellidos y Nombres del experto: Dr. Cárdenas Saavedra, Abraham								
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	INDICADORES	ÍTEM PREGUNTA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS		
TRANSFORMACIÓN DIGITAL	INNOVACIÓN	Cambio	Considera que al implementar la transformación digital generará un cambio positivo en la empresa.	X				
		Servicio	Es importante para optimizar el servicio emplear plataformas digitales para una mejor experiencia al cliente.	X				
		Proceso	Para poder llevar a cabo el proceso de implementación de transformación digital en la empresa se debe dar de forma integral y gradual para evitar resistencia al cambio en alguno de sus trabajadores.	X				
		Valor agregado	En la actualidad, usted cree que las empresas están en la necesidad de renovarse adaptándose a la digitalización si quieren seguir brindando un valor agregado para tener una ventaja ante la competencia.	X				
	TECNOLOGÍA	Técnica	Cree usted que la mejor técnica para abordar la digitalización de una empresa es buscar nuevos canales de comunicación y publicidad.	X				
		Creación	La transformación digital permite a la empresa la creación de nuevos servicios acorde a las necesidades de los clientes y diversificar los servicios, tomar mejores decisiones e impulsar el crecimiento.	X				
	VENTAJA COMPETITIVA	Productividad	Las herramientas digitales corporativas que han surgido últimamente agilizan los procesos internos de las organizaciones e incrementan el nivel de productividad de los colaboradores	X				
		Eficiencia	Una empresa transformada digitalmente obtiene una mayor eficiencia en cuanto a sus actividades y servicios que aquellas que continúan con el modelo de negocio tradicional.	X				
	Firma del experto:			Fecha: 23 /06/2022				

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

Título de investigación: Tranformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina,2022							
Apellidos y Nombres del investigador: Rodriguez Montes de Oca, Nissida							
Apellidos y Nombres del experto: Dr. Lino Gamarra Edgar Laureano							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADORES	ITEM PREGUNTA		SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
TRANSFORMACIÓN DIGITAL	INNOVACIÓN	Cambio	Considera que al implementar la transformación digital generará un cambio positivo en la empresa.		x		
		Servicio	Es importante para optimizar el servicio emplear plataformas digitales para una mejor experiencia al cliente.		x		
		Proceso	Para poder llevar a cabo el proceso de implementación de transformación digital en la empresa se debe dar de forma integral y gradual para evitar resistencia al cambio en alguno de sus trabajadores.		x		
		Valor Agregado	En la actualidad, usted cree que las empresas están en la necesidad de renovarse adaptándose a la digitalización si quieren seguir brindando un valor agregado para tener una ventaja ante la competencia.		x		
	TECNOLOGÍA	Técnica	Cree usted que la mejor técnica para abordar la digitalización de una empresa es buscar nuevos canales de comunicación y publicidad.		x		
		Creación	La transformación digital permite a la empresa la creación de nuevos servicios acorde a las necesidades de los clientes, y esto sin dudas permite diversificar los servicios, tomar mejores decisiones e impulsar el crecimiento.		x		
	VENTAJA COMPETITIVA	Productividad	Las herramientas digitales corporativas que han surgido últimamente agilizan los procesos internos de las organizaciones e incrementan el nivel de productividad de los colaboradores.		x		
			Una empresa transformada digitalmente obtiene una mayor eficiencia en cuanto a sus actividades y servicios que aquellas que continúan con el modelo de negocio tradicional.		x		
		Eficiencia			x		
					x		
Firma del experto:  Dr. Lino Gamarra Edgar Laureano			Fecha: 03 / 09 / 2022	HAY SUFICIENCIA			

Título de investigación: Tranformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina,2022							
Apellidos y Nombres del investigador: Rodríguez Montes de Oca, Nissida							
Apellidos y Nombres del experto: ALVA ARCE, Rosel César							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
CATEGORIA	SUBCATEGORIA	INDICADORES	ITEM PREGUNTA		SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
TRANSFORMACIÓN DIGITAL	INNOVACIÓN	Cambio	Considera que al implementar la transformación digital generará un cambio positivo en la empresa.		x		
		Servicio	Es importante para optimizar el servicio emplear plataformas digitales para una mejor experiencia al cliente.		x		
		Proceso	Para poder llevar a cabo el proceso de implementación de transformación digital en la empresa se debe dar de forma integral y gradual para evitar resistencia al cambio en alguno de sus trabajadores.		x		
		Valor Agregado	En la actualidad, usted cree que las empresas están en la necesidad de renovarse adaptándose a la digitalización si quieren seguir brindando un valor agregado para tener una ventaja ante la competencia.		x		
	TECNOLOGÍA	Técnica	Cree usted que la mejor técnica para abordar la digitalización de una empresa es buscar nuevos canales de comunicación y publicidad.		x		
		Creación	La transformación digital permite a la empresa la creación de nuevos servicios acorde a las necesidades de los clientes, y esto sin dudas permite diversificar los servicios, tomar mejores decisiones e impulsar el crecimiento.		x		
	VENTAJA COMPETITIVA	Productividad	Las herramientas digitales corporativas que han surgido últimamente agilizan los procesos internos de las organizaciones e incrementan el nivel de productividad de los colaboradores.		x		
		Eficiencia	Una empresa transformada digitalmente obtiene una mayor eficiencia en cuanto a sus actividades y servicios que aquellas que continúan con el modelo de negocio tradicional.		x		
 Firma del experto: Dr. ALVA ARCE, Rosel César Lic. En Administración. CLAD 14501			Fecha: 06/06/2022				



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CARRANZA ESTELA TEODORO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Transformación digital en Haro Ríos EIRL, La Molina, 2022", cuyo autor es RODRIGUEZ MONTES DE OCA NISSIDA ISABEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido 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, 18 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CARRANZA ESTELA TEODORO DNI: 08074405 ORCID: 0000-0002-4752-6072	Firmado electrónicamente por: TCARRANZAE el 18- 11-2022 21:24:54

Código documento Trilce: TRI - 0445857