



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La transformación digital y la cultura la organizacional de una
empresa privada, Lima, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Huayna Oviedo, Alessandra (orcid.org/0000-0003-0728-2437)

Jara Cruz, Karina Maribel (orcid.org/0000-0003-2993-6614)

ASESOR:

Mg. Mestas Vega, Darwin Guillermo (orcid.org/0000-0003-4810-1786)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

Dedicatoria

En primer lugar, dedico este trabajo a mi familia en especial a mis hijas por ser el motivo de mejora cada día, por darme las fuerzas, apoyarme y comprender mis ausencias los fines de semana por dedicarlos a mis estudios y ayudarme a descubrir que aun siendo mamá puedo seguir superándome, que si se puede lograr todo lo que uno se proponga y que los límites se los pone uno mismo.

Karina Jara Cruz

Dedico con todo mi corazón este proyecto a mi madre Luisa, pues sin ella no lo habría logrado; su apoyo, impulso y dedicación me ayudó a lograr este objetivo; a mi padre Wilfredo por ser mi guía y consejero, por siempre apoyarme en cada decisión tomada, a mi hijo por haber sido tan paciente y comprenderme cuando estaba ausente durante estos años de estudio, a mis hermanos Claudia y Rodrigo por ayudarme en estos 5 años de estudio.

Alessandra Huayna Oviedo

Agradecimiento

Agradezco a Dios por las bendiciones que me da día a día para poder continuar con mis metas, a mi familia por su apoyo de siempre, a mi hijo por ser mi impulso y fuerza diaria.

Agradezco a la UCV por todos sus aprendizajes vertidos hacia mi persona durante todo este tiempo, gracias a ello ha brindado a mi desarrollo como profesional de la carrera. También un agradecimiento a mis docentes, compañeros, amigos que contribuyeron a la mejora académica durante todo este tiempo. Así mismo un agradecimiento especial a nuestros asesores Alexandra Ramos y Darwin Mestas por ser una guía constante y darnos todo el soporte en la formación del proyecto, ¡gracias por todo!



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MESTAS VEGA DARWIN GUILLERMO, 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 transformación digital y la cultura la organizacional de una empresa privada, Lima, 2023", cuyos autores son JARA CRUZ KARINA MARIBEL, HUAYNA OVIEDO ALESSANDRA SOFIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24.00%, 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, 30 de Junio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MESTAS VEGA DARWIN GUILLERMO DNI: 43345514 ORCID: 0000-0003-4810-1786	Firmado electrónicamente por: DMESTASV el 30-06- 2023 14:08:55

Código documento Trilce: TRI - 0560983



Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, HUAYNA OVIEDO ALESSANDRA SOFIA, JARA CRUZ KARINA MARIBEL estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "La transformación digital y la cultura la organizacional de una empresa privada, Lima, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
JARA CRUZ KARINA MARIBEL DNI: 43804302 ORCID: 0000-0003-2993-6614	Firmado electrónicamente por: KJARACR el 18-10- 2023 20:34:26
HUAYNA OVIEDO ALESSANDRA SOFIA DNI: 46955007 ORCID: 0000-0003-0728-2437	Firmado electrónicamente por: AHUAYNA el 18-10- 2023 19:15:03

Código documento Trilce: INV - 1330284

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad de los Autores.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2. Variables y operacionalización.....	10
3.3. Población, muestra y muestreo, unidad de análisis.....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.5. Procedimientos.....	13
3.6. Método de análisis de datos.....	13
3.7. Aspectos éticos.....	13
IV. RESULTADOS.....	13
V. DISCUSIÓN.....	18
VI. CONCLUSIONES.....	22
VII. RECOMENDACIONES.....	23
REFERENCIAS.....	25
ANEXOS.....	30

Índice de tablas

Tabla 1. Listado de expertos	12
Tabla 2. Coeficientes del Alfa de Cronbach en los instrumentos.....	12
Tabla 3. Pruebas de normalidad.....	14
Tabla 4. Nivel de la transformación digital y sus dimensiones en la empresa estudiada en la actualidad	14
Tabla 5. Nivel de la cultura organizacional y sus dimensiones de la empresa estudiada en la actualidad	15
Tabla 6. Análisis de correlación con la prueba de Spearman de las dimensiones de cultura organizacional en la transformación digital de la empresa estudiada en la actualidad.....	16
Tabla 7. Análisis de correlación con la prueba de Spearman de la transformación digital en la cultura organizacional de la empresa privada.....	17
Tabla 8. Matriz de operacionalización de la variable Cultura organizacional.....	25
Tabla 9. Matriz de operacionalización de la variable Transformación digital.....	26

Resumen

La presente investigación tuvo como objeto determinar la relación entre la transformación digital y la cultura organizacional en una empresa privada. Se hizo un estudio cuantitativo tipo explicativo de diseño no experimental, transversal y de alcance correlacional causal, abarcando un total de 30 colaboradores quienes respondieron encuestas. Los resultados revelaron que el 74,2% de las personas que laboran en la organización consideran que la empresa se sitúa en un nivel alto de transformación digital, resaltando la dimensión innovación con un 80.6%. Así también, la relación de las dimensiones de transformación digital en la cultura organizacional es positivas y significativas excepto por la dimensión valor que presenta una Sig.> 0,05. Por otro lado, se encontró una conexión importante y positiva entre la transformación digital y las dimensiones de la cultura organizacional, como Hábitos, Normas y Transformación. Los coeficientes de correlación oscilaron entre 0,566 y 0,741, con un Sig. < 0,05. Por último, existe una relación positiva y moderada entre las dos variables con un Sig.< 0,05 y un Rho de Spearman de 0,777. Se concluye que la realización exitosa de la transformación digital contribuye a fortalecer la cultura organizacional, lo cual a su vez tiene un efecto positivo en la competitividad, eficiencia e innovación de la organización.

Palabras clave: Innovación, transformación, digital, cultura.

Abstract

The purpose of this research was to determine the relationship between digital transformation and organizational culture in a private company. A quantitative explanatory study of non-experimental, cross-sectional design and causal correlational scope was carried out, covering a total of 30 collaborators who responded to surveys. The results revealed that 74.2% of the people who work in the organization consider that the company is at a high level of digital transformation, highlighting the innovation dimension with 80.6%. Likewise, the relationship of the dimensions of digital transformation in the organizational culture is positive and significant except for the value dimension that presents a $\text{Sig.} > 0.05$. On the other hand, an important and positive connection was found between digital transformation and the dimensions of organizational culture, such as Habits, Norms and Transformation. The connection coefficients ranged from 0.566 to 0.741, with a $\text{Sig.} < 0.05$. Finally, there is a positive and moderate relationship between the two variables with a $\text{Sig.} < 0.05$ and a Spearman's Rho of 0.777. It is concluded that the successful realization of the digital transformation contributes to strengthening the organizational culture, which in turn has a positive effect on the competitiveness, efficiency and innovation of the organization.

Keywords: Innovation, transformation, digital, culture.

I. INTRODUCCIÓN

La idea de Transformación Digital viene a ser una de las principales tendencias y ventajas competitivas en la actualidad ya que el uso de la tecnología está teniendo un tremendo impacto en el mundo corporativo y en la sociedad en su conjunto, la gente entiende eso, solo por aquellos que pueden darse el lujo de experimentar hasta lograrlo, es el trabajo realizado por los primeros adoptantes que ahora se están convirtiendo en líderes digitales en los negocios y para completar el proceso de cambio hacia el rediseño de sus modelos de negocios, resultados sobre el conocimiento (Jordan y Wade 2018).

Hoy en día para que el proceso de transformación digital pueda ser triunfante, se necesita comprender la cultura que existe en una organización, por ello debemos de entender, crear o rehacer la cultura que ya está instalada en la compañía para así crear un camino con mayor acogida en la nueva era de las personas que contribuyen y dirigirán el mañana (Haffar et al., 2017).

Los profesionales de RRHH son fundamentales para la transformación digital de una empresa, éste cambio organizacional sólo puede lograrse de manera efectiva cambiando la cultura de la empresa y sus empleados. Los gerentes y los equipos de recursos humanos deben dirigir el proceso de innovación para ayudar a las organizaciones a adaptarse a los mercados actuales y futuros. El surgimiento de análisis de personas, big data, inteligencia artificial, robótica y computación en la nube, entre otras tecnologías, ha marcado una gran diferencia en el día a día de los departamentos de RRHH. Por ende, la Cultura Organizacional se conceptualiza como la manera en que las organizaciones deben de cumplir ciertos esquemas adaptándose a los cambios y desafiando el sector empresarial en donde se desarrolla (Álvarez, 2019). Aborda el desarrollo personal, el liderazgo, las relaciones interpersonales, comprende el ADN organizacional que constituye la cultura y, por lo tanto, prepara a las personas para involucrarse y trabajar sobre cómo navegar las herramientas necesarias para instituir la base de la cultura organizacional.

Para hacer foco en la transformación digital podemos ver en el Perú, las empresas que se dedican al servicio privado desarrollan una cultura interna que viene descubriéndose hacia una transformación digital con el compromiso y empeño del capital humano y esta se reconoce como una ventaja competitiva, más aún cuando éste los representa frente a los clientes ya que el 55 % de las organizaciones están centrando su inversión en la transformación digital e implementación tecnológica (Gestión, 2021).

De acuerdo con RTM (Real Time Management), las empresas privadas realizaron hoy una encuesta hacia los trabajadores involucrados en la transformación digital en Perú. La muestra estuvo conformada por 32 encuestados, de los cuales el 91% se encuentran en cargos gerenciales, de dirección general y de control en su empresa. Cabe indicar lo siguiente: el 5% de los encuestados indicó que su empresa tiene de 1 a 50 empleados en diferentes puestos y el 77% pertenece a compañías privadas. Además, las organizaciones estimaron que: en los siguientes dos años, el origen de sus inversiones se centra en las seis tecnologías que son: redes sociales, desarrollo web / apps, cloud computing, data analytics / big data, ciberseguridad y sistemas transaccionales.

La compañía privada en estudio, se desempeña en el sector industrial y se emplea a la fabricación de estructuras metalmecánicas. Tiene sus oficinas principales en Huamachuco, La Libertad, y sus sedes en el distrito de Lurín, Lima. Está formada por un equipo de profesionales, capataces y cargos medios; entre sus principales clientes están las empresas mineras como Chinalco, La Arena, Marcobre, Southern Perú entre otras. Al ser una empresa dirigida a mineras que apuntan a la innovación tecnológica y su desarrollo tecnológico además de la facultad de adecuación de las personas que se realizan en este rubro es un factor clave, es allí que las empresas que prestan servicios tercerizados como es el caso de esta organización en mención necesitan ir también a la vanguardia y de la mano de la tecnología en cada una de sus áreas para así evitar retrasos lo que ocasionaría una pérdida enorme de capital.

Esta falta y necesidad de digitalizarse, e ir a la vanguardia la tienen también muchas otras empresas con el mismo rubro en el sector y esto se debe a la resistencia

al cambio, la falta de cultura en las organizaciones y una digitalización que ayude a que esta pueda optimizar el tiempo y acelerar la producción en las empresas privadas.

Al no investigar este problema, el impacto en las organizaciones privadas sería menos continuo y fluido habría menos herramientas técnicas y métodos inadecuados en el proceso de adquisición, distribución y utilización del conocimiento, además que aumentaría la posibilidad de estancarse y quedarse atrás sobre todo la etapa de crecimiento en las que no se encuentran aún posicionadas en el mercado. Podemos asimilar que la transformación es distribuida en relación a una estrategia y la propia organización (Chanias, Myers y Hess, 2019).

Por lo descrito, esta indagación se encauzará en precisar la Cultura organizacional en las compañías privadas en el tiempo actual como nos dice Méndez (2019) señala que se puede definir la cultura organizacional como un método tácito de significado compartido que define la conducta, el entendimiento y la forma de vida en una compañía, determinado por doctrinas, valores, normas, rituales, etc. que han desarrollado con el periodo. Así mismo, la variable Transformación digital, según indica (Kotarba, 2018) puede ser entendida como la adecuación de patrones de comercio de las sociedades originado por el progreso de la tecnología y la innovación que se da en las manufacturas, lo que tiene como principal trascendencia variaciones en la conducta de los compradores.

Para el planteamiento del problema de investigación se planteó la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre la transformación digital y la cultura organizacional en la empresa privada? Y como específicos: ¿En qué nivel se encuentra la cultura organizacional de la empresa en la actualidad? ¿Existe relación entre las dimensiones de la cultura organizacional y la transformación digital de la empresa privada?

Este trabajo de indagación se justifica según los criterios de (Leceta, 2019) que nos resume que, aunque las empresas invierten en tecnología digital para sus negocios y/o procesos si no hay un compromiso por parte de sus colaboradores en transformar su cultura simplemente esta no podrá ser ya que este es un mercado que cambia rápidamente y es cada vez más exigente, el negocio es la clave de la competitividad. Pero implementar con éxito esta revolución tecnológica requiere una

cultura corporativa que impulse la innovación y la creatividad inherente, a su vez entienda las herramientas necesarias para generar un cambio permanente, la adapte a nuestras necesidades, desarrolle personas y equipos que pertenezcan a todos pero optimizando el desempeño del equipo organizacional, fomentando el compromiso de todo el equipo y un mejor trabajo en equipo, potenciando el talento, la motivación y las relaciones interpersonales, etc. Además, por su relevancia social ya que mejora la comunicación externa e interna, creando nuevas oportunidades de negocio mejorando el valor para el cliente. También, por las repercusiones prácticas y de desarrollo porque mejora la productividad, el tiempo y costos, expansión de las fronteras ayudando a resolver problemas que otros investigadores requieran.

Finalmente, esto se justifica por su diseño sistemático, ya que los métodos de investigación son diferentes, el uso de herramientas de recolección de datos y los métodos de su operación son los mismos. Como objetivo principal se propone: Determinar la relación entre transformación digital y la cultura organizacional de una empresa privada. Y cómo específicos: , Identificar el nivel de la transformación digital en la organización actualmente, determinar la relación entre las dimensiones de transformación digital en la cultura organizacional de la empresa privada y por último determinar la relación entre las dimensiones de la cultura organizacional en la transformación digital de la compañía privada en la actualidad.

II. MARCO TEÓRICO

La cultura en la organización viene siendo desde ya hace muchos años atrás motivo de investigación, por ello es preciso definir una estrategia que pueda mejorar la cultura en sus colaboradores haciendo uso de la Transformación Digital en la empresa privada. Como podemos constatar en las investigaciones de Muñoz et al. (2019) Sobre la cultura corporativa digital, es definida de: “la filosofía, los comportamientos, costumbres y valores de una organización, están basados en la utilidad de las tecnologías digitales” (p. 450). Como ejemplo de empresa que se atrevió al cambio tenemos a Disney es una empresa de renombre mundial y pionera en

conectar la tecnología a la industria del entretenimiento. El principal negocio que ha adoptado este negocio es la creación de su MagicBand, que consta de una pulsera inteligente utilizada por los turistas de parques y hoteles que le consiente realizar una indagación en tiempo real de lo que sucede en Disneyland y ubicar a sus empleados en función, por ejemplo, de Consulta mapas, aprenda sobre lugares de interés y más donde realmente se necesita. De esta forma es posible acrecentar las ventas y reducir el momento de programación precisa (Universidad de Alcalá, 2018).

Una organización que no supo deducir e innovar con la variación tecnológica fue Kodak, sin embargo, registró su primera patente de cámara digital en 1975, no supo verla como una buena ocasión de mercadeo y dispuso mantener su enfoque en cámaras digitales que muy pronto se convirtieron en obsoletas. Después de un tiempo, las cámaras digitales tuvieron éxito son SONY, LG y Panasonic, mientras que Kodak tuvo que proclamarse en bancarrota en 2012 (Bonsoms Cruz, 2019).

Con estos casos podemos resumir que, aunque las empresas invierten en tecnología digital para sus negocios y/o procesos si no hay un compromiso por parte de sus colaboradores en transformar su cultura simplemente esta no podrá ser (Leceta, 2019).

Por ello es necesario explicar cómo es la relación entre ambas variables dentro de las organizaciones privadas, como indica Morante (2020), la transformación digital se puede definir como una nueva estructura organizativa e implementación de actividades que brindan valor a los clientes de la manera ágil que exige el mercado actual hoy en día. Zamora (2021) nos señala que hoy, los cabecillas empresariales están desarrollando un plan para enseñar a alguien el cual acaba de empezar porque acostumbrarse a la era digital no funciona con muchas organizaciones y emprendedores. Como comenta Guerrero (2022) el análisis FODA permitió identificar las dimensiones clave de la compañía, como las oportunidades y fortalezas, los detalles precisos para la fabricación del estándar. Se establecieron las amenazas y debilidades que pueden provocar entorpecimientos en la transformación de cultura corporativa.

Alvarado (2020) en su tesis indica que la cultura de la innovación es promover la libertad de pensamiento, espíritu, emprendimiento para crear mérito sostenible en

todos los grados y funciones de la compañía. Cedano & Jaimes (2021) nos señalan que la internacionalización a nivel global fue fundamento de variación en muchas esferas de la asociación. Las compañías no son distantes a esta colocación, y es por consiguiente que muchas tuvieron que acoplarse a las nuevas exigencias del mercado para dar un adecuado resultado a sus comensales y continuar siendo el número 1 en la industria. Infanta (2019), indica lo siguiente, el gran divisor de triunfo de las compañías, en el entorno digital que se da hoy en día en el orbe, es su facultad para variar de forma correcta, excediendo el concepto de habituación para llegar a la transición.

Guerrero (2020) señala lo siguiente, el marco tecnológico de la dirección de la transición enreda diversos patrones, la decisión de los patrones depende del medio en el que se implica para el cambio de las empresas. Delgadillo (2022) menciona que toda organización debe escoger el patrón de comercio y la cultura tecnológica idónea para el paso de transformación digital es una determinación más que tecnológica, por lo que sobre ésta se edificarán los más recientes patrones de comercio que la organización emprende como parte de su estrategia de crecimiento y novedad. Por tal, la cultura de la organización actual tiene un objetivo considerable en el cambio de variación, en la que una compañía sensata que plantea un proceso de variación digital encadena un nivel alto de jefatura y un grupo que trabaja arriesgado, mas un grupo humano talentoso habilitado y arreglado con las políticas de cada institución (García, 2018).

En el caso de Perú, últimamente las organizaciones han iniciado atender a la transformación digital como un nuevo formato de originar valor. Asimismo, los campos que más han logrado la sensatez digital son el rubro comunicaciones y el rubro de banca, esto se debe a que sus comensales subsisten en un entorno digital y poseen gran probabilidad de alcanzar a éstos si obtienen algún programa digital. (Ochoa Fattorini, 2019).

Ante estas afirmaciones es necesario estudiar el nivel de Cultura Organizacional en las compañías hoy en día. Para adentrarse, acerca de las variables de estudio, se indaga inquisición de autores especialistas en cultura organizacional, encontrando que

(Burga, 2017), sostiene que la satisfacción laboral en cualquier compañía ayuda a que el personal se mantenga satisfecho en su centro de labores y den un mejor resultado.

Ñañez (2021) hace un énfasis especial en las cabezas, estos son considerados partes relevantes para establecer y orientar la cultura, y son los delegados de comunicar el rumbo de una compañía. Como indica Bayón (2019) para poder fortalecer la cultura organizacional en cualquier compañía se debe afianzar los objetivos y metas de ésta, hacer partícipes a los empleados mediante talleres, actividades o eventos.

Méndez (2019) señala que se puede definir la cultura organizacional como un método tácito de significado compartido que define la conducta, el entendimiento y la forma de vida en una compañía, determinado por doctrinas, valores, normas, rituales, etc. que han desarrollado con el periodo. Una cultura de descubrimiento es un entorno que fomenta la independencia de pensamiento, la energía empresarial y la fundación de mérito sostenible en todos los grados de una organización. (Kaplan, 2017)

Gómez (2019) indica que la cultura, la cual se encomienda de desenvolver e impactar sobre los presentes y nuevos colaboradores, valores distribuidos que delimitarán sus funciones y el progreso de su entorno laboral.

De igual forma es necesario estudiar nuestra variable independiente en las compañías. La transformación digital es la variación que se prueba en las compañías, patrones de comercio y se muestran a través de cambios de la tecnología, de formato de trabajo, la cultura de la compañía y los desarrollos. Según indica (Kotarba, 2018) la transformación digital puede ser entendida como la adecuación de patrones de comercio de las sociedades originado por el progreso de la tecnología y la innovación que se da en las manufacturas, lo que tiene como principal trascendencia variaciones en la conducta de los compradores. Por otro lado, en una exploración que fue realizada por EY, se tiene en cuenta que la transformación digital es la emigración que ejecutan las sociedades desde lo tradicional y popular hasta nuevos hábitos de trabajo y cultura, incorporando las relevantes de la tecnología. (Escudero, 2018)

Para el caso de la transformación digital, Montero (2021) comenta que esta variable ofrece a Recursos Humanos una oportunidad única para influir en la cultura, de los empleados el bienestar y compromiso constante. Si se logra, será verdaderamente transformador y permitirá que RRHH deje una huella digital

significativa en cualquier organización. Como bien menciona Iberdrola (2022) en su artículo; hoy en día es una obligación más no una opción que las compañías se digitalicen debido a que ayuda a que los colaboradores sean más innovadores y creativos en las organizaciones. Dado que la transformación digital afecta a cualquier sociedad, los empleados deben poseer habilidades (comunicarse digitalmente, aprender continuo, conocer la digitalización, aprender a trabajar en red, tener una visión estratégica; gestionar la información dada, orientar al cliente y liderazgo cibernético) que los gerentes de las organizaciones deben mejorar. (Roca Salvatella y Pacific Business School, 2019)

La transformación digital tiene como objetivo el desarrollo exponencial de las mercancías y canales digitales, no se debe pasar por alto la experiencia del comensal, que ayudará a contar con un mejor ecosistema donde pueden coexistir múltiples jugadores. Además de acrecentar la innovación y producir nuevas tendencias, esto puede revitalizar cualquier industria. (Alvarado, 2020) Según indica el PAD, aún existen muchas limitaciones que dificultan el progreso de la transformación digital en las compañías. Por este motivo, es necesario profundizar en lo que esto significa para poder ver el efecto real de la transformación digital de manera tangible y estimar su posición en la industria. (PAD, Escuela de dirección, 2020) Para que la transformación digital tenga éxito, las sociedades deberán adoptar una cultura de apoyo en la que se puedan entregar iniciativas comerciales y de TI. (Mueller y Lenken, 2017)

Por consiguiente, es debido delimitar las estrategias de transformación digital en la cultura organizacional, los métodos digitales son: el modo como una sociedad se establece y marca metas definidas que se traducen en acciones digitales. Por lo tanto, una estrategia de transformación digital implica crear y evolucionar cadenas de valor en el proceso para ofrecer resultados óptimos para sus potenciales clientes.

Según Tekic y Koroteev (2019) nos dicen que, hoy por hoy, existen puntuales métodos, en función a la apariencia y a la trascendencia. Se dividen en 2 grupos, unos que adoptan la tecnología y por otro lado las empresas que la utilizan, esto está relacionado fijamente con la cultura en cada organización puesto que prevalecen valores profundamente arraigados y compartidos muy primordiales en el avance y desenvolvimiento de la transformación.

Estrategias tecnológicas: Hoyer et al. (2020) nos dicen que: estos medios digitalizados tienen una serie de conexión rápida con los clientes. A lo largo de los años el uso de la tecnología nos ha permitido llegar rápidamente a nuestro público objetivo por la facilidad que nos brinda las redes sociales y los medios digitales que cada día están más cerca de todas las personas en el mundo.

Estrategias Humanas: Balsmeier y Woerter (2019) afirman la existencia de otros métodos para mejorar esas habilidades que existen en los colaboradores. Por ello, hay que segmentar la capacidad de cada uno de ellos. Estas vitales estrategias porque cuando se da la transformación digital funciona mejor cuando se especifica Tareas y objetivos según capacidad, el no seguir esta dirección puede resultar en las herramientas digitales empleadas puedan afectar los resultados dentro de la organización. De acuerdo con esta idea, en el texto, el autor propone categorizar los siguientes conceptos: La importancia de las máquinas y equipos relacionados con el día a día de un operario, pero, además, borran esa idea de que la nueva tecnología la reemplazará, esto se debe a que estos equipos son operados y administrados por humanos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

- **Tipo de investigación**

La indagación es de tipo básica y su objetivo es adquirir un mayor entendimiento de un fenómeno o área específica de estudio. Se enfoca en establecer principios teóricos y fundamentales, sin buscar resolver un problema o planteamiento específico.

El enfoque utilizado es cuantitativo, lo que implica el uso de datos numéricos y técnicas estadísticas para recopilar y analizar información con base en investigaciones

previas. Se busca acotar intencionalmente la información y generar conocimientos teóricos sólidos.

Diseño de investigación

Es no experimental el diseño de esta investigación y de naturaleza transversal. En esta indagación, no se busca variar intencionalmente las variables ni manipularlas; en cambio, se observarán situaciones ya existentes.

Su alcance es correlacional de esta investigación, ya que se asociarán conceptos o variables para examinar las relaciones entre ellas. A través de hipótesis, se realizarán predicciones y se cuantificará la asociación entre las variables.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Cultura Organizacional

Es la variable dependiente, Méndez (2019) señala que se puede definir a ésta como un método tácito de significado compartido que define la conducta, el entendimiento y la forma de vida en una compañía, determinado por doctrinas, valores, normas, rituales, etc. que han desarrollado con el periodo.

Dentro de la variable dependiente, Cultura Organizacional, tenemos los indicadores: normas de convivencia, clima laboral, resistencia al cambio, rendimiento, uso adecuado de las herramientas tecnológicas, motivación de los colaboradores, satisfacción de los colaboradores, y objetivos a corto y largo plazo.

Variable 2: Transformación digital

La variable independiente, según indica (Kotarba, 2018) puede ser captada como la adecuación de patrones de comercio de las sociedades originado por el

progreso de la tecnología y la innovación que se da en las manufacturas, lo que tiene como principal trascendencia variaciones en la conducta de los compradores.

Y acerca de la variable independiente, Transformación digital, tenemos los indicadores: fidelización, conocer a la competencia, estrategia, cadena de valor, modelo de negocio, calidad de datos, procesamiento, planeamiento, aprendizaje, innovación, tecnología, marca desempeño y compromiso.

3.3. Población, muestra y muestreo; unidad de análisis

3.3.1. Población: Esta indagación tendrá de fin observar a los colaboradores de la compañía privada ubicada en Lima, conformada por 60 personas.

- **Criterios de inclusión:** Trabajadores del área administrativa que tenga más de un año trabajando en las sedes de Lima.
- **Criterios de exclusión:** Trabajadores que no sean del área administrativa y aún no superen el periodo de prueba de 3 meses en la compañía.

3.3.2. Muestra:

Los 30 colaboradores de la empresa que laboran en el área administrativa.

3.3.3. Muestreo:

De acuerdo al modelo de la empresa, el muestreo aplicado será No probabilístico, Intencional.

3.3.4. Unidad de análisis:

Se considera al personal de la organización privada ubicada en la ciudad de Lima-Lurín que observa los criterios establecidos: inclusión y exclusión para esta indagación.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas de recolección de datos

En la indagación se adjudicará el cuestionario, dirigida a trabajadores del área administrativa, para conseguir establecer el nivel de dirección por valores

y la implementación del proceso en la selección del equipo de trabajo en la organización.

Instrumentos de recolección de datos

Se hará uso de una encuesta compuesta de 20 preguntas. En las cuales 10 ítems estudiarán a la variable Cultura organizacional y otros 10 ítems que estudiarán la segunda variable Transformación Digital.

Validez

Estuvo a cargo de un profesional en estadística y dos profesionales experimentados en administración, quienes valoraron cada una de las preguntas de los formularios.

Tabla 1. Listado de expertos

Experto	Especialidad
Mg. Antonio Bocanegra	Administración
Mg. Wilmer Castillo Márquez	Administración
Dr. Jose Benites Vargas	Estadística

Nota: Mg.: Magíster Dr.: Doctor

Confiabilidad

Para medir el nivel de la consistencia de los instrumentos se aplicó el coeficiente de Alfa de Cronbach para establecer avanzados, cambio total y uniformidad. Se ejecutó un ensayo piloto de 30 colaboradores para su utilización y decisión de los coeficientes descubiertos en los instrumentos.

Tabla 2. Coeficientes del Alfa de Cronbach en los instrumentos

Instrumento	Alfa de Cronbach	Nivel de consistencia
--------------------	-------------------------	------------------------------

Cultura organizacional	0.783	Aceptable
Transformación digital	0.883	Bueno

3.5. Procedimientos

Inició con el consentimiento semejante a la organización luego de su conformidad para el progreso de indagación se aplicó la encuesta piloto con el fin de avalar la fiabilidad de los instrumentos. En la segunda etapa que equivale al avance del proyecto se procederá a aprovechar los instrumentos de acuerdo con el tamaño de la población y muestra establecida, para luego seguir con el análisis de la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

En este estudio, el análisis de datos se realizará utilizando la herramienta SPSS versión 21 que incluye hojas de cálculo de Microsoft Excel para la medición alfa de Cronbach, ya que el tamaño de los empleados es 30. Para el análisis teórico, ya que el tamaño muestreado por 30 empleados, el Shapiro-Wilk Se utilizó la prueba de normalidad y la prueba de Spearman de correlación entre pesos y medidas.

3.7. Aspectos éticos

Al efectuar nuestra investigación, consideramos la apertura del buen ejercicio investigativo respecto a nuestra sinceridad problemática, marco y círculo inconcreto los cuales se citan corresponden a los autores de la referencia, el año en curso y las normas APA vigentes de la sustitución. Además, las encuestas variables de investigación se realizaron para asegurar la verdad de la información, con la intención de secundar a futuras estudios. Se respeta la reserva de los expertos y su progreso sigue siempre lo establecido en directrices vigentes de la UCV.

IV. RESULTADOS

Después de aplicar estas herramientas, hipotetizaron resultados concretos de la gestión por valores en la implementación del proceso a través del procedimiento SPSS v.26. Para ello, dado que el tamaño de la muestra era menor de 50, se realizó una prueba de normalidad de Shapiro-Wilks.

Tabla 3. Pruebas de normalidad

VARIABLES	Kolmogórov-Smirnov		Shapiro-Wilk	
	Estadístico	Sig.	Estadístico	Sig.
Variable dependiente: Cultura organizacional	0,080	0,200*	,955	0,220
Variable independiente: Transformación digital	0,118	0,200*	,923	0,028

Dado que la variable independiente transformación digital presentó una Sig. < 0,05, se determinó que no presentaba normalidad, por lo tanto, se realizó la correlación mediante la prueba de Spearman. Se hallaron los siguientes resultados:

Objetivo específico 1: Identificar el nivel de transformación digital en la empresa en la actualidad.

Tabla 4. Nivel de la transformación digital y sus dimensiones en la empresa estudiada en la actualidad

VARIABLE/DIMENSIÓN		ni	%
Variable 2: Transformación digital	Nivel Bajo	1	3,2%
	Nivel Medio	7	22,6%
	Nivel Alto	23	74,2%
Dimensión: Clientes	Nivel Bajo	2	6,5%
	Nivel Medio	17	54,8%
	Nivel Alto	12	38,7%

Dimensión: Competencia	Nivel Bajo	1	3,2%
	Nivel Medio	8	25,8%
	Nivel Alto	22	71,0%
Dimensión: Datos	Nivel Bajo	0	0,0%
	Nivel Medio	7	22,6%
	Nivel Alto	24	77,4%
Dimensión: Innovación	Nivel Bajo	0	0,0%
	Nivel Medio	6	19,4%
	Nivel Alto	25	80,6%
Dimensión: Valor	Nivel Bajo	0	0,0%
	Nivel Medio	8	25,8%
	Nivel Alto	23	74,2%

Interpretación: Del total de encuestados se observó que hay una frecuencia de 0 casos para el nivel bajo en las dimensiones Datos, Innovación y valor de la variable transformación digital, por lo que se determina que los trabajadores no evidencian niveles bajos de transformación digital en las respectivas áreas mencionadas. Así mismo, la dimensión más importante y resaltante es la de Innovación con una frecuencia de 25 casos que representan un total de 80,6% de los trabajadores que consideran que la empresa tiene un nivel alto de transformación digital en la dimensión mencionada.

Objetivo específico 2: Determinar la relación entre las dimensiones de transformación digital en la cultura organizacional de la empresa privada

Tabla 5. Análisis de correlación con la prueba de Spearman de las dimensiones de transformación digital en la cultura organizacional de la empresa estudiada

Dimensiones de Transformación digital	Coefficiente	Cultura Organizacional
Clientes	Rho de Spearman	0,639

	Sig.	0,000
Competencia	Rho de Spearman	0,646
	Sig.	0,000
Datos	Rho de Spearman	0,570
	Sig.	0,001
Innovación	Rho de Spearman	0,624
	Sig.	0,000
Valor	Rho de Spearman	0,310
	Sig.	0,095

Nota Sig.: Significancia. La correlación es significativa en el nivel 0,05

Interpretación: Los informes de prueba de relación de Spearman indican que las dimensiones clientes, competencia, datos e innovación presentan un Sig. < 0,05 lo que nos muestra que los resultados son significativos. Además, presentan una correlación positiva y de intensidad moderada según sus coeficientes de correlación 0,639; 0,646; 0,570; 0,624 respectivamente. Por otro lado, la dimensión valor tiene una Sig. > 0,05. Así mismo, su coeficiente de correlación es de 0,310 lo que indica ser positiva de intensidad baja.

Objetivo específico 3: Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura organizacional en la transformación digital de la empresa privada en la actualidad

Tabla 6. Análisis de correlación con la prueba de Spearman de las dimensiones de cultura organizacional en la transformación digital de la empresa estudiada

Dimensiones de cultura organizacional	Coefficiente	Transformación digital
Objetivos	Rho de Spearman	0,741
	Sig.	0,000

Transformación	Rho de Spearman	0,674
	Sig.	0,000
Hábitos	Rho de Spearman	0,566
	Sig.	0,001
Normas	Rho de Spearman	0,615
	Sig.	0,000

Nota Sig.: Significancia. La correlación es significativa en el nivel 0,05

Interpretación: Al analizar la prueba de correlación de Spearman de la variable transformación digital y las dimensiones de la variable cultura organizacional, es importante destacar que Sig. < 0.05 en todas las dimensiones, lo cual nos muestra que existe una relación significativa. Así mismo, se observa una asociación positiva y de intensidad moderada para las dimensiones hábitos, normas y transformación con respecto a la variable transformación digital con un coeficiente de correlación de 0,566, 0,615 y 0,674 respectivamente, y una asociación positiva y de intensidad alta en la dimensión Objetivos con un coeficiente de 0,741.

Objetivo general: Determinar la relación de la transformación digital y la cultura organizacional de la empresa privada.

Tabla 7. Análisis de correlación con la prueba de Spearman de la transformación digital en la cultura organizacional de la empresa privada

			Transformación digital	Cultura organizacional
Rho de Spearman	Transformación digital	Coeficiente de correlación	1,000	0,777
				0,000

Cultura organizacional	Coeficiente de correlación	0,777	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	

La correlación es significativa en el nivel 0,05.

Interpretación: Tras haber obtenido un Sig. < 0.05 mediante la prueba de correlación de Spearman de la variable transformación digital y cultura organizacional, se estima una relación significativa entre ambas variables. Además, el coeficiente de correlación es de 0.777 lo que indica que existe una relación positiva y de intensidad alta entre ambas variables.

V. DISCUSIÓN

En esta presente indagación se propuso el cómo primer objetivo específico: se buscó analizar el nivel de la cultura organizacional en la empresa. Para respaldar la importancia de este objetivo, Méndez (2019) define la cultura organizacional como un método tácito de significado compartido que define la conducta, el entendimiento y la forma de vida en una compañía. Esta cultura organizacional tiene una impresión significativa en la forma en que los trabajadores perciben y responden a los cambios, así como en la manera en que colaboran entre sí y cumplen los objetivos de la compañía. En consonancia con esta definición, los efectos de la presente investigación indican que un 93,3% de los encuestados consideran, la empresa obtuvo un nivel alto de cultura en general, destacando la dimensión de Normas. Esto implica que la empresa cuenta con valores y normas compartidos que contribuyen en el comportamiento de los empleados y como llevar a cabo las actividades dentro de la organización. Estos resultados sugieren que la empresa ha desarrollado una cultura organizacional sólida que respalda la colaboración, la cohesión y el compromiso de los

empleados. De acuerdo con Muños et al. (2019), los valores y las normas dentro de la cultura organizacional son elementos que condicionan y definen el comportamiento de quienes forman parte de ella. Estos elementos pueden ser considerados como aspectos de identidad y pueden guiar los marcos de actuación dentro de la organización. En este sentido, los resultados de la actual indagación apoyan la noción de que la empresa ha establecido una cultura organizacional efectiva que proporciona una base sólida para la colaboración y el funcionamiento armonioso de los empleados.

Como segundo objetivo específico: Consta de analizar el nivel de las dimensiones de la transformación digital en la empresa. Según Cortaba (2018) y Tekic y Koroteev (2019) en sus investigaciones sobre la adopción de la tecnología y la innovación en las compañías, enfatizan que no se trata solo de implementar nuevas herramientas tecnológicas la transformación digital, sino de aprovechar su potencial para perfeccionar los procesos internos, la relación con los clientes y la capacidad de adaptación a un entorno empresarial en constante cambio. Los resultados de la presente averiguación expalan que no se registraron casos en el nivel bajo para las dimensiones Datos, Innovación y Valor de la transformación digital. Esto indica que los empleados perciben que la empresa está aprovechando las oportunidades que brinda la tecnología para recopilar y utilizar datos de manera efectiva, fomentar la innovación en los productos y procesos y generar valor para los clientes y la organización. Además, se identificó que la dimensión más relevante fue la de Innovación, con una frecuencia de 25 casos, lo que representa un 80,6% de los encuestados que consideran que la empresa obtiene un nivel alto de transformación digital en esta dimensión. Estos hallazgos sugieren que la empresa está avanzando en su transformación digital y enfatizan la relevancia de la innovación al adoptar la tecnología de manera efectiva para lograr una ventaja competitiva y una mayor agilidad en el mercado. Según Klos et al. (2022), la innovación desempeña un papel esencial en los esfuerzos de transformación digital, ya que impulsa el incremento de nuevas ideas y resoluciones en una atmosfera en constante cambio. Al adoptar un enfoque orientado a la innovación, la organización se posiciona para enfrentar los desafíos y prevalecer las ventajas que nos brinda el entorno digital en constante evolución. La

implementación efectiva de la transformación digital, respaldada por un enfoque en la innovación, puede ser clave para obtener éxito en un medio cada vez más competitivo y dinámico.

La importancia de este objetivo se fundamenta en las investigaciones de Cortaba (2018) y Tekic y Koroteev (2019), quienes destacan que la adopción efectiva de la tecnología es esencial para mantenerse competitivo en el mercado actual y adaptarse a las demandas cambiantes de los clientes. Estos autores resaltan que la transformación digital implica no solo la realización de tecnología, sino también cambios en los procedimientos, la cultura y la mentalidad de la compañía. En concordancia con las investigaciones previas, los resultados de la actual indagación revelaron que un 73,3% reflexionan que la entidad se halla en un punto alto de transformación digital. Esto nos dice que la mayor parte de los trabajadores perciben que la entidad ha adoptado de manera efectiva la tecnología y ha integrado procesos digitales en su funcionamiento diario. Estos resultados sugieren que la empresa está en camino de prevalecer las oportunidades que brinda la transformación digital para mejorar su competitividad y eficiencia. En el contexto de esta investigación Mourtzis (2022) entiende por transformación digital no solo como el cambio de organizaciones individuales, sino como algo que se extiende más allá de la redefinición de mercados e industrias. La adopción acelerada de tecnologías digitales ha alterado fundamentalmente la dinámica competitiva de varias industrias, desde la manufactura y el comercio hasta el sector público. Por lo tanto, Verhoef et al. (2021) considera como un proceso continuo a la transformación digital, en el que las tecnologías digitales causan disrupciones, transformando los caminos de fundación de valor de las empresas mientras gestionan alteraciones estructurales y barreras organizacionales que plantean nuevos desafíos.

Con respecto al tercer objetivo específico, se investigó el enlace entre las dimensiones de la cultura y la transformación. Investigaciones anteriores (van Nguyen et al., 2022; Warner & Wäger, 2019) han resaltado la importancia de abordar esta brecha de investigación al considerar todas las dimensiones de la cultura organizacional en relación a la transformación digital. Las consecuencias de esta investigación revelaron

una relación significativa y positiva, con intensidad moderada en la gran parte de las dimensiones. Es importante destacar la dimensión de Objetivos, que mostró una relación positiva y de alta intensidad, respaldando el dominio de la cultura organizacional en la afiliación exitosa de la transformación digital. Estos hallazgos son consistentes con el estudio de caso realizado por Yuko Melanie et al. (2023), donde se encontró una transformación significativa de la cultura organizacional hacia el colectivismo, feminidad, indulgencia y una orientación a largo plazo debido a la transformación digital. Estos resultados subrayan la relevancia de las dimensiones culturales en el contexto de la transformación y la relevancia de comprender sus efectos en diferentes situaciones.

El objetivo general de esta indagación fue analizar la impresión de la transformación digital en la cultura organizacional en compañías privadas. Para respaldar la importancia de este objetivo, Iberdrola (2022) destaca la transformación no se demarca solo a la asociación de tecnología, afectando significativamente la cultura organizacional y cómo los empleados se adaptan a los cambios. Los resultados de esta investigación respaldan la hipótesis general al encontrar una correlación positiva y significativa entre la transformación digital y la cultura organizacional, con un coeficiente de correlación de 0,777 y un nivel de significancia de Sig. < 0,05. Estos hallazgos son consistentes con las conclusiones de otros estudios, como el de Felsberger et al. (2022), quienes también determinaron que generalmente existe una conexión positiva y de alta intensidad entre ambas variables. Por consiguiente, el estudio de Depaz Jáuregui y Alexandra Fiorella (2022) sobre los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Yuracmarca en Ancash también encontraron una relación positiva considerable entre la transformación digital y la cultura organizacional, concluyendo que, la adopción efectiva de la tecnología, los procesos digitales y el cambio cultural fortalecen la competitividad, innovación y adaptabilidad de la empresa en el entorno empresarial actual. Los hallazgos de esta investigación respaldan que existe una relación sólida e importante entre ambas variables, por lo tanto, también confirma y comparte resultados positivos con respecto a los antecedentes referentes.

VI. CONCLUSIONES

1. En relación al primer objetivo específico de esta indagación, que se enfocó en analizar el nivel de transformación digital y sus dimensiones en la empresa, se encontró que la dimensión de Innovación fue la más destacada, con un alto porcentaje de casos (80,6%) que la consideran relevante. Estos resultados muestran que la empresa ha logrado implementar cambios innovadores en sus procesos y tecnologías, lo cual es esencial para prevalecer las oportunidades que aporta la transformación digital. La presencia de una fuerte dimensión de Innovación respalda la competencia de la organización para adaptarse a los cambios digitales y promover la mejora continua en su funcionamiento.
2. En relación al segundo objetivo específico, que consistió en determinar la relación de las dimensiones de transformación digital en la cultura organizacional de la empresa, los hallazgos revelaron que las dimensiones de clientes, competencia, datos e innovación muestran relaciones significativas y positivas entre sí, con correlaciones de intensidad moderada, lo que sugiere que una mayor implementación de estrategias de transformación digital en estas áreas se asocia positivamente con la cultura organizacional.. Sin embargo, se observa que la dimensión valor no presenta una relación significativa con las otras variables, ya que su valor de significancia es mayor a 0,05. Además, su coeficiente de correlación es bajo, indicando una relación positiva, pero de intensidad limitada. Esto podría indicar que la incorporación de aspectos relacionados con el valor en la cultura organizacional puede requerir un enfoque más detallado o ajustes en las estrategias de transformación digital.
3. Con respecto al tercer objetivo específico, que buscaba determinar la relación entre las dimensiones de la cultura organizacional y la transformación digital, se encontró una correlación positiva y significativa entre ambas variables en la mayoría de las dimensiones analizadas. Esto sugiere que una cultura organizacional sólida y alineada con los objetivos de la transformación digital es crucial para el éxito de este proceso. Específicamente, la dimensión de

Objetivos mostró una relación positiva y de intensidad alta, lo que indica que una cultura organizacional orientada hacia los objetivos de la transformación digital facilita su implementación y adopción en la empresa.

4. En relación al objetivo general de este trabajo, que buscaba determinar la relación de ambas variables, los resultados respaldan la hipótesis planteada. Habiendo una correlación positiva e importante entre la transformación digital y la cultura organizacional en la empresa, con un Rho de Spearman de 0,777 y un nivel de (Sig. < 0,05). Estos hallazgos demuestran una relación sólida y estadísticamente importante entre ambas variables, indicando que una implementación exitosa de la transformación digital contribuye a fortalecer la cultura organizacional. En conclusión, la realización exitosa de la variable independiente contribuye a fortalecer la cultura organizacional, lo cual a su vez tiene un efecto positivo en la competitividad, eficacia e innovación de la institución. Estos hallazgos ofrecen una base sólida para futuras investigaciones y proporcionan una guía para las compañías que buscan valer los beneficios de la transformación digital para mejorar su desempeño y adaptarse al entorno empresarial actualmente cambiante.

VII. RECOMENDACIONES

Después del análisis de los resultados en la presente indagación, se derivan las recomendaciones a continuación:

Fomentar una cultura de cambio y adaptabilidad, dado que la transformación digital lleva en sí cambios muy notorios en la manera en que se efectúan las actividades y se interrelaciona con la empresa, es importante promover una cultura organizacional que esté abierta al cambio y sea capaz de adaptarse a nuevas tecnologías y procesos. Esto puede lograrse mediante la realización de proyectos de capacitación y sensibilización, así como fomentando la cooperación de los trabajadores en la evolución de la transformación.

Fortalecer la comunicación interna, debido a que la implementación exitosa de la transformación digital requiere una comunicación clara y efectiva en todos los niveles de la institución. Es fundamental instituir canales de comunicación abiertos y transparentes para transmitir los objetivos, beneficios y avances del proceso de transformación digital. Asimismo, es necesario fomentar una cultura de retroalimentación y participación, donde los empleados se sientan escuchados y puedan aportar ideas y sugerencias para mejorar el proceso de transformación.

Establecer indicadores de medición, para evaluar el impacto entre nuestras dos variables, es recomendable establecer indicadores de medición que permitan monitorear y evaluar los cambios en la cultura organizacional a lo largo del tiempo. Estos indicadores pueden incluir aspectos como la participación de los empleados, la adopción de nuevas tecnologías, la capacidad de innovación y la satisfacción laboral. Siguiendo estos indicadores realizaremos ajustes y mejoras continuamente en el proceso de transformación.

Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo. La transformación digital promueve la participación y el trabajo en equipo en la empresa. Es urgente fomentar la colaboración interdepartamental y multidisciplinaria, así como crear espacios que hagan más fácil la comunicación y el canje de conocimientos entre los empleados. Ello ayudará a promover una cultura de colaboración, aprendizaje y mejora continua.

Incentivar la formación y actualización constante. La transformación digital está en continua evolución, por lo que es fundamental que los empleados se mantengan actualizados en cuanto a las nuevas tecnologías y tendencias. La empresa debe invertir en proyectos de capacitación y desarrollo profesional que permitan a los empleados conseguir las habilidades imprescindibles así absorber máximamente las oportunidades que nos puede dar la transformación digital. Además, es importante fomentar una cultura de aprendizaje continuo y promover la participación de los empleados en proyectos de formación y desarrollo.

• REFERENCIAS

- Alvarado, L. (2020). El rol de la transformación digital en la formulación de la estrategia de negocio de empresas del sector financiero en el Perú. Universidad del Pacífico, Lima.
- Álvarez (2019). *La Cultura Organizacional en relación con el Desempeño Docente del Colegio Mariano Melgar Breña – Lima*. Recuperado de: <https://doi.org/10.15381/gtm.v22i44.17316>
- Bayón, J. (2019). *Cultura empresarial*. Editorial ELearning S.L.: España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=hXbIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=cultura+organizacional&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjQoITjm-v6AhXzDNQKHcESAB8Q6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=cultura%20organizacional&f=false>
- Balsmeier, B. y Woerter, M. (2019). Is this time different? How digitalization influences job creation and destruction. *Research Policy*, 48(8). <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.010>
- Bonsoms Cruz, C. F. (2019, 25 agosto). 21 empresas que no supieron responder a los avances tecnológicos. *Business Insider* España.

<https://www.businessinsider.es/21-empresas-nosupieron-responder-avances-tecnologicos-476467>

- Burga, J. (2019). *Cultura organizacional y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Créditos y Cobranzas Chiclayo 2017*. Tesis de Pregrado. Universidad Señor de Sipan, Chiclayo.
- Cedano, S. & Jaimes E. (2021). *La influencia de la transformación digital en la cultura organizacional de las PYMES textiles en Lima Metropolitana, 2020*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Condor, J. (01 de mayo del 2021). El 55% de empresas elevó la inversión para transformación digital en el 2021. Gestión. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/el-55-de-empresas-elevo-inversion-para-transformacion-digital-el-2021-noticia/>
- Chanias, S., Myers, M. y Hess, T. (2019). Digital transformation strategy making in predigital organizations: The case of a financial services provider. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(1), 17-33. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2018.11.003>
- Delgadillo, J. (2022). Implicancia de la transformación digital en la gestión empresarial de la micro y pequeña empresa, sector restaurantes Arequipa 2021. Universidad Nacional San Agustín de Arequipa, Arequipa.
- Depaz Jauregui, A. F. (2022). Transformación digital y su relación con la cultura organizacional en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Yuracmarca, Ancash. <https://hdl.handle.net/20500.12692/111398>.
- Escudero, F. (2018). Transformación Digital en el Perú. EY Perú.
- Felsberger, A., Qaiser, F. H., Choudhary, A., & Reiner, G. (2022). The impact of Industry 4.0 on the reconciliation of dynamic capabilities: evidence from the European manufacturing industries. *Production Planning & Control*, 33(2-3), 277–300. <https://doi.org/10.1080/09537287.2020.1810765>
- García-Peñalvo, F. J (2018). Habilidades directivas y gestión del cambio. [archivo PDF]. <https://repositorio.grial.eu/bitstream/grial/1167/1/L2-2018.pdf>
- Gomez, R (2019). *Cultura organizacional y desempeño laboral en los trabajadores de Starbucks Zona Sur, Lima-2019*. Universidad Autónoma del Perú, Lima.
- Guerrero, R. (2020). *La gestión del cambio cultural para la habilitación de la transformación digital en las empresas del sector bancario del Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

- Guerrero, R. & Jauregui J. (2022). Propuesta de un plan de cultura organizacional basado en valores que permita un efectivo proceso de transformación digital en una entidad del estado. Universidad del Pacífico, Lima.
- Haffar, Al-Karaghoulí, Djebarni y Gbadamosi (2019). Cultura organizacional e implementación de TQM: investigando las influencias mediadoras de la preparación multidimensional de los empleados para el cambio: DOI: 10.1080 / 14783363.2017.1369352
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.
- Hoyer, W., Kroschke, M., Schmitt, B., Kraume, K. y Shankar, V. (2020). *Transforming the Customer Experience Through New Technologies*. Journal of Interactive Marketing, 51, 57-71. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.001>
- Iberdrola (2022) *La cultura empresarial en la era digital*. Recuperado de: <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/transformacion-digital-cultura-empresarial>
- Infanta, P. (2019). Gestión organizacional: La transformación digital como actor natural. Universidad del Desarrollo, Santiago.
- Jordan, J., & Wade, M. (2018). As AI makes more decisions, the nature of leadership will change.
- Kaplan, S. (2017). *The Invisible Advantage: How to Create a Culture of Innovation*. Greenleaf Book Group Press.
- Klos, C., Spieth, P., Clauss, T., & Klusmann, C. (2022). Digital Transformation of Incumbent Firms: A Business Model Innovation Perspective. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 1–17. <https://doi.org/10.1109/TEM.2021.3075502>
- Kotarba, M. (2018). Digital Transformation of Business Models. Vol. 10, Foundations of Management.
- Leceta, J. M. (2019). A vueltas con la sociedad de la información: la transformación digital como "innovación posible" para España. *Boletín Económico de ICE*, 31- 46
- Mendez Álvarez, C. E. (2019). *Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia*. Universidad & Empresa, 21, 37, 136-269. Bogotá, Colombia.
- Montero, J (2021). *El impacto de la transformación digital en la gestión del talento*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Morante, L. (2020). Transformación digital: Conceptos claves y casos de éxito en el Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

- Mourtzis, D. (2022). *Design and Operation of Production Networks for Mass Personalization in the Era of Cloud Technology*. San Diego: Elsevier. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=6802866>
- Mueller B. y Renken U. (2017). *Helping Employees to be Digital Transformers – the Olympus connect Case*. In *ICIS 2017 Proceedings* (pp. 1–19). Recuperado de: <https://aisel.aisnet.org/icis2017/PracticeOriented/Presentations/5/>
- Muñoz, D., Morillas, A. & Núñez, M. (2019). La cultura corporativa: Claves de la palanca para la verdadera transformación digital. *Prisma Social*, (25), 439-463. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2675>
- Muñoz, D., Sebastian, A., & Núñez, M. (2019). La cultura corporativa: claves de la palanca para la verdadera transformación digital. *Revista Prisma Social*(25), 439 - 463.
- Navarro, G. (2020). *Cultura organizacional en los trabajadores de la empresa Profuturo AFP Filial Iquitos, 2020*. Universidad Privada de la Selva Peruana, Iquitos.
- Ñañez, C. (2021). *Cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en el Centro Cultural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Ochoa Fattorini, V. (21 de Junio de 2019). Un 10% de las empresas locales están ya en un nivel alto de madurez digital. *Gestión*.
- PAD, Escuela de alta dirección. (2020). *Transformación digital en Perú: Estudio 2022*. Recuperado de <https://marketing.pad.edu/transformacion-digital-en-peru-estudio-2022>
- Pfaff, Y. M., Wohlleber, A. J., Münch, C., Küffner, C., & Hartmann, E. (2023). How digital transformation impacts organizational culture – a multi-hierarchical perspective on the manufacturing sector. *Computers & Industrial Engineering*, 109432. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2023.109432>
- RocaSalvatella y Pacífico Business School. (2019). Segundo Informe de Madurez Digital de los directivos del Perú, Lima.
- Rodriguez, L. & Hurtado L. (2021). Características de la cultura organizacional que influyen en la transformación digital en las organizaciones. Colombia.
- Tekic, Z. y Koroteev, D. (2019). *From disruptively digital to proudly analog: A holistic typology of digital transformation strategies*. *Business Horizons*, 62(6), 683-693. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.07.002>

- Universidad de Alcalá. (2018, 12 junio). 3 casos exitosos de transformación digital llevados a cabo. Master en Industria 4.0: Universidad de Alcalá - Madrid. <https://www.masterindustria40.com/casos-exitosos-de-transformacion-digital/>
- Van Nguyen, T., Pham, H. T., Ha, H. M., & Tran, T. T. T. (2022). An integrated model of supply chain quality management, Industry 3.5 and innovation to improve manufacturers' performance – a case study of Vietnam. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/13675567.2022.2059457>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Warner, K. S., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 52(3), 326–349. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001>
- Zamora, K. (2021). La transformación digital en la gestión de servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores, 2020. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

• ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de variables

Tabla 8. Matriz de operacionalización de la variable Cultura organizacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable dependiente: Cultura organizacional	Méndez (2019) señala que se puede definir la cultura organizacional como un método tácito de significado compartido que define la conducta, el entendimiento y la forma de vida en una compañía, determinado por doctrinas, valores, normas, rituales, etc. que han desarrollado con el periodo.	Normas y valores por los que se conduce una organización.	Normas	Normas de convivencia Clima	Nominal
			Transformación	Resistencia al cambio	Nominal
			Hábitos	Rendimiento Uso adecuado de las herramientas tecnológicas	Nominal
			Compromiso	Motivación de los colaboradores Satisfacción de los colaboradores	Nominal
			Objetivos	Corto plazo Largo plazo	Nominal

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Matriz de operacionalización de la variable Transformación digital

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable independiente: Transformación digital	Según indica (Kotarba, 2018) la transformación digital puede ser entendida como la adecuación de patrones de comercio de las sociedades originado por el avance de la tecnología y la innovación que se da en las manufacturas, lo que tiene como principal trascendencia variaciones en la conducta de los compradores.	La transformación digital viene a ser la incorporación de tecnología digital en las diferentes áreas de una organización, trasladando fundamentalmente el formato en que opera y brinda valor a su clientela.	Clientes	Compromiso Fidelización <u>Estrategia</u>	Nominal
			Competencia	<u>Modelo de Negocio</u> <u>Cadena de Valor</u>	Nominal
			Datos	<u>Calidad de datos</u> <u>Procesamiento</u>	Nominal
			Innovación	Tecnología Planeamiento <u>Aprendizaje</u>	Nominal
			Valor	Innovación Marca Desempeño	Nominal

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Validación de expertos

Validación de cuestionario 1er experto

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE: CULTURA ORGANIZACIONAL Y TRANSFORMACION DIGITAL

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: "La mejora en la cultura organizacional empleando la transformación digital en la empresa privada, Lima, 2022". Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA ORGANIZACIONAL

Definición de la variable:

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Cultura Organizacional	Compromiso	1. ¿Motivan los gerentes al equipo si no han logrado alcanzar alguna meta?	1	1	1	1	
		2. ¿Se ofrecen actividades recreativas a los empleados?	1	1	1	1	
	Objetivos	3. ¿Te sientes inspirado por la misión y propósito de tu organización?	1	1	1	1	
		4. ¿Se ofrecen recompensas al empleado por su contribución excepcional?	1	1	1	1	

	Transformación	5. ¿Considera que tus pares están abiertos a recibir opiniones diferentes a las tuyas?	1	1	1	1	
		6. ¿Consideras que tu jefe inmediato se preocupa por darte retroalimentación?	1	1	1	1	
	Hábitos	7. ¿Sientes que tu organización te alienta para opinar ideas?	1	1	1	1	
		8. ¿Tienes acceso a los recursos, equipo, herramientas y materiales necesarios para realizar tu trabajo adecuadamente?	1	1	1	1	
	Normas	9. ¿Están los valores de la organización alineados con los que tú consideras importante en tu vida?	1	1	1	1	
		10. ¿Crees que es importante la capacitación de personal?	1	1	1	1	

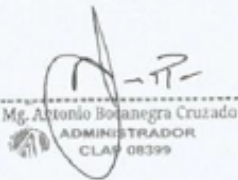
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE TRANSFORMACION DIGITAL

Definición de la variable:

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación	
Transformación Digital	Clientes	11. ¿La empresa donde laboras atiende las necesidades de los clientes, a través de una plataforma digital?	1	1	1	1		
		12. ¿La empresa donde laboras practica la comunicación con el cliente para trabajar la fidelidad?	1	1	1	1		
		13. ¿La empresa donde laboras está comprometida y motivada para tener un lugar ideal para sus clientes?	1	1	1	1		
	Competencia	14. ¿La empresa donde laboras tiene una buena política para la fidelización de los clientes?	1	1	1	1		
		15. ¿La empresa donde laboras plantea una estrategia anual para afrontar la necesidad del negocio?	1	1	1	1		
	Datos	16. ¿Las nuevas tecnologías ayudan a la empresa donde laboras a tener un plan estratégico más sólido?	1	1	1	1		
		17. ¿La empresa donde labora crea constantemente diferentes productos y/o servicios para sus clientes?	1	1	1	1		
			18. ¿La empresa donde labora informa de manera	1	1	1	1	

		oportuna los productos / servicios a sus clientes?					
	Innovación	19. ¿Los productos y/o servicios ofrecidos por la empresa donde labora están hechas a la medida de los clientes?	1	1	1	1	
	Valor	20. ¿La implementación de nuevas tecnologías ayuda a mejorar el modelo de negocio?	1	1	1	1	

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Encuesta
Objetivo del instrumento	Recoger información acerca de la cultura en las organizaciones y así definir una estrategia para su mejora haciendo uso de la transformación digital.
Nombres y apellidos del experto	Máximo Antonio Bocanegra Cruzado
Documento de identidad	18011299
Años de experiencia en el área	10
Máximo Grado Académico	Magister
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad Cesar Vallejo
Cargo	Docente Tiempo Parcial
Número telefónico	957517819
Firma	 <p>Mg. Antonio Bocanegra Cruzado ADMINISTRADOR CLAS 08399</p>
Fecha	19 /11/ 2022

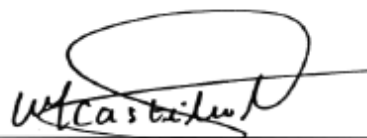
Validación de cuestionario 2do experto

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE: CULTURA ORGANIZACIONAL Y TRANSFORMACION DIGITAL


INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: "La mejora en la cultura organizacional empleando la transformación digital en la empresa privada, Lima, 2022". Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).



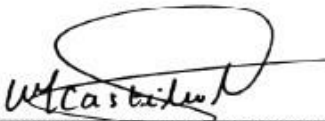
Lic. CC. Adm. WILMER FERRÍN CASTILLO MÁRQUEZ
REG. UNIC. DE COLEG. N° 1846



MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA ORGANIZACIONAL

Definición de la variable:

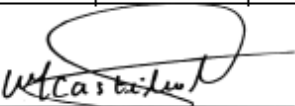

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Cultura Organizacional	Compromiso.	1. ¿Motivan los gerentes al equipo si no han logrado alcanzar alguna meta?	1	1	1	1	
		2. ¿Se ofrecen actividades recreativas a los empleados?	1	1	1	1	
	Objetivos	3. ¿Te sientes inspirado por la misión y propósito de tu organización?	1	1	1	1	
		4. ¿Se ofrecen recompensas al empleado por su contribución excepcional?	1	1	1	1	
	Transformación	5. ¿Considera que tus pares están abiertos a recibir opiniones diferentes a las tuyas?	1	1	1	1	
		6. ¿Consideras que tu jefe inmediato se preocupa por darte retroalimentación?	1	1	1	1	
	Hábitos.	7. ¿Sientes que tu organización te alienta para opinar ideas?	1	1	1	1	
		8. ¿Tienes acceso a los recursos, equipo, herramientas y materiales necesarios para realizar tu trabajo adecuadamente?	1	1	1	1	
	Normas	9. ¿Están los valores de la organización alineados con los que tu consideras importante en tu vida?	1	1	1	1	
		10. ¿Crees que es importante la capacitación de personal?	1	1	1	1	


 Lic. CC. Adm. WILMER FERMIN CASTILLO MARGUEZ
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 1846

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE TRANSFORMACION DIGITAL

Definición de la variable:

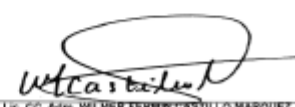
Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Transformación Digital	Clientes	11. ¿La empresa donde laboras atiende las necesidades de los clientes, a través de una plataforma digital?	1	1	1	1	
		12. ¿La empresa donde laboras practica la comunicación con el cliente para trabajar la fidelidad?	1	1	1	1	
		13. ¿La empresa donde laboras está comprometida y motivada para tener un lugar ideal para sus clientes?	1	1	1	1	
	Competencia	14. ¿La empresa donde laboras tiene una buena política para la fidelización de los clientes?	1	1	1	1	
		15. ¿La empresa donde laboras plantea una estrategia anual para afrontar la necesidad del negocio?	1	1	1	1	
	Datos.	16. ¿Las nuevas tecnologías ayudan a la empresa donde laboras a tener un plan estratégico más sólido?	1	1	1	1	
		17. ¿La empresa donde labora crea constantemente diferentes productos y/o servicios para sus clientes?	1	1	1	1	


 Lic. CC. Adm. WILMER FEREN CASTILLO MARQUEZ
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 1144


	Innovación	18. ¿La empresa donde labora informa de manera oportuna los productos / servicios a sus clientes?	1	1	1	1	
		19. ¿Los productos y/o servicios ofrecidos por la empresa donde labora están hechas a la medida de los clientes?	1	1	1	1	
	Valor.	20. ¿La implementación de nuevas tecnologías ayuda a mejorar el modelo de negocio?	1	1	1	1	


 LIC. CC. ADM. WILMER FERNÁN CASTILLO MÁRQUEZ
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 1846

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Encuesta
Objetivo del instrumento	Recoger información acerca de la cultura en las organizaciones y así definir una estrategia para su mejora haciendo uso de la transformación digital.
Nombres y apellidos del experto	Mg. Wilmer Fernán Castillo Márquez
Documento de identidad	02820631
Años de experiencia en el área	22
Máximo Grado Académico	Mag Administración de la Educación
Nacionalidad	Peruana
Institución	IESTP "JUAN JOSE FARFAN CESPEDES"-SULLANA
Cargo	Jefe de Unidad Académica
Número telefónico	944629082
Firma	 
Fecha	19 /11/ 2022

Validación de cuestionario 3er experto

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE: CULTURA ORGANIZACIONAL Y TRANSFORMACION DIGITAL

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: "La mejora en la cultura organizacional empleando la transformación digital en la empresa privada, Lima, 2022". Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA ORGANIZACIONAL

Definición de la variable:

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Cultura Organizacional	Compromiso.	1. ¿Motivan los gerentes al equipo si no han logrado alcanzar alguna meta?	1	1	1	1	
		2. ¿Se ofrecen actividades recreativas a los empleados?	1	1	1	1	
	Objetivos	3. ¿Te sientes inspirado por la misión y propósito de tu organización?	1	1	1	1	
		4. ¿Se ofrecen recompensas al empleado por su contribución excepcional?	1	1	1	1	
Transformación		5. ¿Considera que tus pares están abiertos a recibir opiniones diferentes a las tuyas?	1	1	1	1	
		6. ¿Consideras que tu jefe inmediato se preocupa por darte retroalimentación?	1	1	1	1	
		7. ¿Sientes que tu					

		organización te alienta para opinar ideas?	1	1	1	1	
Hábitos							
		8. ¿Tienes acceso a los recursos, equipo, herramientas y materiales necesarios para realizar tu trabajo adecuadamente?	1	1	1	1	
		9. ¿Están los valores de la organización alineados con los que tú consideras importante en tu vida?	1	1	1	1	
Normas							
		10. ¿Crees que es importante la capacitación de personal?	1	1	1	1	

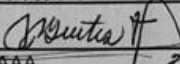
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Definición de la variable:

Dimensión	Indicador	Ítem	Su fici encia	Cl ari dad	Co he re ncia	Re lev ancia	Observación
Transformación Digital	Clientes	11. ¿La empresa donde laboras atiende las necesidades de los clientes, a través de una plataforma digital?	1	1	1	1	
		12. ¿La empresa donde laboras practica la comunicación con el cliente para trabajar la fidelidad?	1	1	1	1	
		13. ¿La empresa donde laboras está comprometida y motivada para tener un lugar ideal para sus clientes?	1	1	1	1	
	Competencia	14. ¿La empresa donde laboras tiene una buena política para la fidelización de los clientes?	1	1	1	1	
		15. ¿La empresa donde laboras plantea una estrategia anual para afrontar la necesidad del negocio?	1	1	1	1	
	Datos	16. ¿Las nuevas tecnologías ayudan a la empresa donde laboras a tener un plan estratégico más sólido?	1	1	1	1	
		17. ¿La empresa donde labora crea constantemente diferentes productos y/o servicios para sus clientes?	1	1	1	1	
	Innovación	18. ¿La empresa donde labora informa de manera oportuna los productos / servicios a sus clientes?	1	1	1	1	

		19. ¿Los productos y/o servicios ofrecidos por la empresa donde labora están hechas a la medida de los clientes?	1	1	1	1
Valor.		20. ¿La implementación de nuevas tecnologías ayuda a mejorar el modelo de negocio?	1	1	1	1

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Encuesta
Objetivo del instrumento	Recoger información acerca de la cultura en las organizaciones y así definir una estrategia para su mejora haciendo uso de la transformación digital.
Nombres y apellidos del experto	JOSÉ ANTONIO BENITES VARGAS
Documento de identidad	DNI 17897665
Años de experiencia en el área	20 AÑOS
Máximo Grado Académico	DOCTORADO
Nacionalidad	PERUANA
Institución	UNIV. CÉSAR VALLEJO
Cargo	DOCENTE
Número telefónico	982356233
Firma	
Fecha	DD / MM / AAAA 25/11/2022