

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA



ESCUELA DE POSGRADO

Transformación Digital y su relación en la gestión del servicio de una institución  
pública, 2022.

**TESIS**

Para optar el grado de Maestro en Ciencias en Ingeniería  
de Sistemas y Computación con mención en Gestión de  
Tecnologías de la Información

**PRESENTADO POR:**

Nelson Ernesto Requejo Vigo  
<https://orcid.org/0009-0008-9004-6075>

**ASESOR**

Dr. Victor Rodriguez Chirinos  
<https://orcid.org/0000-0002-0856-7541>

**Lima, 2022**

# Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 16-jul.-2024 11:44 a. m. -05  
 Identificador: 2417814741  
 Número de palabras: 22972  
 Entregado: 1

TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, 2022 Por Nelson Ernesto Requejo Vigo

Índice de similitud	Similitud según fuente
18%	Internet Sources: 20% Publicaciones: 4% Trabajos del estudiante: 11%

2% match (Internet desde 24-sept.-2023)  
<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/1810/1/HUAMAN%20SOTO%20JASSEM%20HEIMER.pdf>

---

1% match (Internet desde 23-oct.-2023)  
<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/2034/1/ORIZANO%20ROJAS%20JENRY%20CRISTHIAN-GARCIA%20CORONEL%20ALCIDES.pdf>

---

1% match (Internet desde 21-dic.-2023)  
<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/2444/3/CARHUAMACA%20ALMERCOC%20JANCARLO%20SEBASTIAN-LULO%20VALDEZ%20EMANUEL%20JULIAN.pdf>

---

1% match (Internet desde 24-sept.-2023)  
<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/1829/1/HUILLCA%20CRUZ%20ANABEL-ESPINOZA%20DAMIAN%20FATIMA.pdf>

---

1% match (Internet desde 28-abr.-2023)  
<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/1516/1/BENITO%20MAQUERA%20TERESA-CUSIPUMA%20PE%2091A%20VILMA.pdf>

---

1% match ()  
[Gallo Yamunaque, Carmen Paola. "Transformación digital y rendimiento laboral de los colaboradores en una corte superior de justicia de la región Piura 2022", 'Universidad Cesar Vallejo', 2022](#)

---

1% match ()  
[Chapoñan Santamaria, Segundo, Fernández Pacheco, Rocío Yaneth. "Marketing push de la marca Van Roby en el emporio comercial de Gamarra - La Victoria, Lima 2018", 'Universidad Cesar Vallejo', 2018](#)

---

1% match ()  
[Mallqui Fuentes, Ross Evelyn. "La transformación digital y su incidencia en el desempeño laboral de los colaboradores de Fiscalización de la Intendencia Lima, 2022", 'Universidad Cesar Vallejo', 2022](#)

---

1% match (Internet desde 06-nov.-2022)  
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/download/35755/38055/>

---

1% match (Internet desde 06-nov.-2022)  
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/download/35759/38069?inline=1>

---

1% match (Internet desde 17-ago.-2022)  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?lng=es&pid=S1990-86442020000600483&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?lng=es&pid=S1990-86442020000600483&script=sci_arttext&tlng=es)

---

1% match (Internet desde 15-ene.-2023)  
[https://www.uned.ac.cr/ocex/images/stories/Ano\\_2021/La\\_Transformacio%CC%81n\\_Digital\\_y\\_la\\_Reactivacio%CC%81n\\_Econo%CC%81m\\_COVID-19.pdf](https://www.uned.ac.cr/ocex/images/stories/Ano_2021/La_Transformacio%CC%81n_Digital_y_la_Reactivacio%CC%81n_Econo%CC%81m_COVID-19.pdf)

---

1% match (Internet desde 10-oct.-2022)  
[https://publicaciones.defensa.gob.es/media/downloadable/files/links/b/o/boletin\\_ieee\\_21.pdf](https://publicaciones.defensa.gob.es/media/downloadable/files/links/b/o/boletin_ieee_21.pdf)

---

1% match (Internet desde 22-sept.-2022)  
<https://rctd.uic.cu/rctd/article/download/62/58/342>

---

1% match (Internet desde 03-sept.-2021)  
<https://1library.co/document/yromdg7y-gestion-calidad-servicio-cliente-pymes-comercializadoras-mirada-ecuador.html>

---

1% match (Internet desde 19-dic.-2022)  
<https://presidencia.gva.es/documents/166658342/173107667/Ejemplar+44-02/bbf4b145-3bcd-45bd-8238-7e097a392da2>

---

1% match (Internet desde 26-nov.-2020)  
<https://www.pmgchile.com/wp-content/uploads/2020/07/Indice-de-Transformacion-Digital-de-Empresas-ITD-2019-2da-version-Los-desafios-en-la-transformacion-de-los-negocios.pdf>

---

1% match (trabajos de los estudiantes desde 30-ene.-2024)  
[Submitted to Universidad TecMilenio on 2024-01-30](#)

---

1% match (Internet desde 17-oct.-2022)  
[https://www.researchgate.net/publication/356597608\\_Transformacion\\_Digital\\_en\\_la\\_Industria\\_40\\_una\\_Revision\\_de\\_la\\_Literatura](https://www.researchgate.net/publication/356597608_Transformacion_Digital_en_la_Industria_40_una_Revision_de_la_Literatura)

---

1% match (Internet desde 04-jul.-2024)  
[http://repositorio.uas.edu.mx/xmlui/handle/DGB\\_UAS/598](http://repositorio.uas.edu.mx/xmlui/handle/DGB_UAS/598)

---

1% match (trabajos de los estudiantes desde 18-jun.-2024)  
[Submitted to Universidad Privada del Norte on 2024-06-18](#)

---

1% match (Internet desde 09-sept.-2022)  
<https://docplayer.es/138086518-Efectividad-eficacia-y-eficiencia-en-equipos-de-trabajo.html>

## ÍNDICE

CARATULA.....	1
ÍNDICE .....	2
ÍNDICE TABLA.....	4
ÍNDICE FIGURA.....	6
RESUMEN.....	10
ABSTRACT .....	11
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPITULO I_FUNDAMENTOS TEORICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
1.1 Fundamentos Teóricos de la Investigación .....	13
1.2 Marco Teórico.....	16
1.3 Investigaciones.....	22
1.4 Marco Conceptual .....	25
CAPITULO II EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPOTESIS Y VARIABLES.....	27
2.1 Planteamiento del Problema.....	27
2.1.1 Descripción de la realidad problemática.....	27
2.1.2 Definición del Problema General y específico.....	28
2.2 Finalidad y Objetivos de la Investigación .....	28
2.2.1 Finalidad.....	28
2.2.2 Objetivo General y Específicos.....	28
2.2.3 Delimitación del estudio .....	29
2.2.4 Justificación e Importancia del Estudio.....	29
2.3 Hipótesis y Variables.....	30
2.3.1 Hipótesis Principal y Específicas.....	30
2.3.2 Variables e indicadores.....	31
CAPITULO III_MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTOS .....	32

3.1 Población y Muestra.....	32
3.2 Diseño utilizado en el estudio .....	33
3.2.1 Tipo, nivel y diseño de investigación.....	33
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	33
3.3.1 Técnicas e instrumentos.....	33
3.4 Procesamiento de datos .....	34
CAPITULO IV _PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	35
4.1 Resultados de estadística descriptiva .....	35
4.1.1 Descripción De Las Variables.....	35
4.2 Estadística Inferencial .....	65
4.2.1 Contrastación de hipótesis .....	65
4.3 Discusión de Resultados.....	71
CAPITULO V .....	74
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	74
5.1 Conclusión.....	74
5.1.1 Conclusión Hipótesis Principal .....	74
5.1.2 Conclusión de hipótesis específicas.....	74
5.2 Recomendaciones.....	75
5.2.1 Recomendación Principal.....	75
5.2.2 Recomendación Específicas.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	76
ANEXOS .....	84
ANEXO 01: ENCUESTA.....	84
ANEXO 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	86

## ÍNDICE TABLA

Tabla 1 Usuarios .....	32
Tabla 2 Liderazgo hacia lo digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022 .....	35
Tabla 3 Visión y estrategia de digitalización en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022.....	36
Tabla 4 Formas de trabajo, personas y cultura digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022.....	37
Tabla 5 Digitalización de procesos y toma de decisiones en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022.....	38
Tabla 6 Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022 .....	39
Tabla 7 Calidad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022.....	40
Tabla 8 Satisfacción del usuario en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022	41
Tabla 9 Eficiencia en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022 .....	42
Tabla 10 Comunicación en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022 .....	43
Tabla 11 Efectividad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022 .....	44
Tabla 12 Pregunta 01 .....	45
Tabla 13 Pregunta 02 .....	46
Tabla 14 Pregunta 03 .....	47
Tabla 15 Pregunta 04 .....	48
Tabla 16 Pregunta 05 .....	49
Tabla 17 Pregunta 06 .....	50
Tabla 18 Pregunta 07 .....	51
Tabla 19 Pregunta 08 .....	52
Tabla 20 Pregunta 09 .....	53
Tabla 21 Pregunta 10 .....	54
Tabla 22 Pregunta 11 .....	55
Tabla 23 Pregunta 12 .....	56
Tabla 24 Pregunta 13 .....	57
Tabla 25 Pregunta 14 .....	58
Tabla 26 Pregunta 15 .....	59
Tabla 27 Pregunta 16 .....	60

Tabla 28 Pregunta 17 .....	61
Tabla 29 Pregunta 18 .....	62
Tabla 30 Pregunta 19 .....	63
Tabla 31 Pregunta 20 .....	64
Tabla 32 Prueba de Normalización .....	65
Tabla 33 Prueba de Hipótesis General .....	66
Tabla 34 Prueba de Hipótesis Especifica 01 .....	67
Tabla 35 Prueba de Hipótesis Especifica 02 .....	68
Tabla 36 Prueba de Hipótesis Especifica 03 .....	69
Tabla 37 Prueba de Hipótesis Especifica 04 .....	70
Tabla 38 Prueba de Hipótesis Especifica 05 .....	71

## ÍNDICE FIGURA

Figura 1 Liderazgo hacia lo digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022.....	35
Figura 2 Visión y estrategia de digitalización en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022.....	36
Figura 3 Formas de trabajo, personas y cultura digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022.....	37
Figura 4 Digitalización de procesos y toma de decisiones en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022.....	38
Figura 5 Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022 .....	39
Figura 6 Calidad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022.....	40
Figura 7 Satisfacción del usuario en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022 .....	41
Figura 8 Eficiencia en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022.....	42
Figura 9 Comunicación en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022.....	43
Figura 10 Efectividad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022.....	44
Figura 11 Pregunta 01 .....	45
Figura 12 Pregunta 02.....	46
Figura 13 Pregunta 03.....	47
Figura 14 Pregunta 04.....	48
Figura 15 Pregunta 05.....	49
Figura 16 Pregunta 06.....	50
Figura 17 Pregunta 07.....	51
Figura 18 Pregunta 08.....	52
Figura 19 Pregunta 09.....	53
Figura 20 Pregunta 10.....	54
Figura 21 Pregunta 11.....	55
Figura 22 Pregunta 12.....	56
Figura 23 Pregunta 14.....	58
Figura 24 Pregunta 15.....	59
Figura 25 Pregunta 16.....	60
Figura 26 Pregunta 17.....	61

Figura 27 Pregunta 18.....	62
Figura 28 Pregunta 19.....	63
Figura 29 Pregunta 20.....	64

### **Dedicatoria**

Le dedico el resultado de este trabajo a toda mi familia. Principalmente, a mis padres, gracias por siempre enseñarme a afrontar las dificultades sin perder nunca la cabeza ni morir en el intento. Me han enseñado a ser la persona que soy hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño.

También quiero dedicarle este trabajo a mi esposa Erika y a mis hijos Ghala y Gabriel. Por su paciencia, por comprensión, por su fuerza y por su amor. Nunca dejaré de estar agradecido por esto.

## **Agradecimiento**

A mi centro laboral por permitirme obtener la experiencia profesional y personal, aporte que es valioso porque me permite crecer y desarrollarme en todo ámbito. Así también, a mi asesor el Dr. Victor Rodriguez Chirinos, por su buena actitud y apoyo en el momento más importante la maestría. Gracias.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar si existe una relación de la transformación digital en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022. Para ello, se empleó un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental, de nivel correlacional; por lo cual se consideró una población finita, el cual estuvo conformado por el total 1025 usuarios de la Institución Pública. Por otro lado, con relación a la muestra, se consideraron 539 usuarios de la Institución estudiada. Finalmente, se determinó que La Transformación Digital existe una relación de manera positiva en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022, a un nivel de significancia del 5% bilateral.

Palabras clave: Transformación Digital, Gestión de Servicio, Institución Pública

## **ABSTRACT**

The objective of this research work was to determine whether digital transformation is related to service management of a public institution, 2022. For this purpose, a quantitative approach was used, a non-experimental design, correlational level; therefore, a finite population was considered, which consisted of a total of 1025 users of the Public Institution. On the other hand, in relation to the sample, 539 users of the studied institution were considered. Finally, it was determined that digital transformation is positively related to service management in a public institution (2022), at a 5% bilateral significance level.

Keywords: Digital Transformation, Service Management, Public Institution.

## INTRODUCCIÓN

La transformación digital es la creciente adopción de las tecnologías digitales en las organizaciones y las empresas están modificando los negocios y los sectores de actividad de forma global y afianzando una nueva economía digital comprometiendo a la sociedad y a la economía sin precedentes

El uso de las tecnologías digitales hoy en día son parte importante en las entidades públicas, lo que hace es que, las empresas del rubro implementen servicios basados en el uso de estas tecnologías digitales, para brindar el mejor servicio a sus clientes satisfaciendo sus necesidades. El servicio que brinda estas entidades es parte importante de la economía de nuestro país, es por ello, que las empresas del sector público deben adaptarse a los cambios en la sociedad y en los usuarios si quieren seguir generando beneficios.

La presente investigación titulada “Transformación Digital y su relación en la gestión del servicio de una institución pública, 2022”, comprende cinco capítulos y cuyo objetivo es determinar si existe una relación de la transformación digital en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022.

En el Capítulo I: Se encuentran los fundamentos teóricos, se desarrollan los antecedentes, las bases teóricas, el marco conceptual.

El Capítulo II: Se define el Problema, los objetivos, las hipótesis y las variables. Siendo su contenido la identificación y determinación del problema, la formulación de objetivos, justificación e importancia del estudio.

En el Capítulo III: Se especifica el método, la técnica e instrumentos, dando a conocer el tipo investigación, el diseño, determinación de la población y la muestra, así como, las técnicas de recolección y procesamiento de los datos.

El Capítulo IV: Presentación y Análisis de resultados. Comprende la presentación de los resultados, la contrastación de las hipótesis y discusión de los resultados.

En el Capítulo V: Están las Conclusiones y Recomendaciones, se dan a conocer las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación.

Finalmente se cita la bibliografía empleada para la investigación.

# CAPITULO I

## FUNDAMENTOS TEORICOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Fundamentos Teóricos de la Investigación

#### 1.1.1 *Marco Histórico*

La transformación digital se ha contemplado de tiempo atrás y ha pasado a ser la piedra angular para garantizar el acceso a la educación y superar muchos retos en el proceso de aprendizaje (UNESCO, 2020). Hace setenta años, Lewis Mumford dijo que ya llevábamos tres siglos en una tendencia hacia la mejora y la innovación basada en la tecnología y animó a los humanos a entendernos más a fondo, llamándolo a este proceso libertad y creatividad (Mumford, 2017).

Desde finales de la década de 1980, la revolución digital ha transformado economías y sociedades. Primero, se desarrolló la economía conectada. Se caracteriza por la difusión de Internet y la introducción de la red de banda ancha. Desde entonces, la economía digital ha evolucionado al expandir el uso de plataformas digitales como modelo de negocio para la entrega de bienes y servicios. Y ahora caminamos hacia una economía digitalizada, cuyos modelos de producción y consumo se basan en la incorporación de tecnologías digitales en todos los aspectos económicos, sociales y ambientales (CEPAL, 2022).

La revolución digital que siguió, especialmente después del desarrollo de la World Wide Web, aumentó el interés por las nuevas tecnologías; desarrollado por Tim Berners, el proyecto transformó la escena de los medios globales, dando paso al periodismo cibernético a principios de la década de 1990 (López, Silva & Toural, 2017).

Industria 4.0 es un término acuñado para significar la integración de las prácticas industriales y de fabricación tradicionales con el mundo tecnológico, que se basa en sistemas que combinan estructuras físicas con software informático y tecnología de comunicaciones, donde el llamado internet de las cosas y esta iniciativa no se limitan al ámbito industrial, sino que alcanzan todos los ámbitos de la sociedad tales como: gobierno, educación, sanidad y otros (Villar, 2019).

Luego de ello, se impulsó la llamada Society 5.0 para aplicar a la sociedad, en su conjunto y a todos sus sectores, el potencial que aportan las nuevas tecnologías, donde se incorporaron las innovaciones tecnológicas tales como: el internet de las cosas, la inteligencia artificial y los robots, a múltiples sectores industriales y a la vida social (Villar, 2019).

El desarrollo de la economía digital ha cambiado fundamentalmente la propuesta de valor de los bienes y servicios al reducir los costos de transacción e intermediación y

aprovechar la información de los datos generados e intercambiados en plataformas digitales. Estos modelos digitalizados priorizan la generación y recopilación de datos, y cuando se procesan y analizan con herramientas inteligentes, puede mejorar los procesos de toma de decisiones y optimizar los resultados. Esto mejora la agilidad en los procesos operativos, la segmentación del mercado y la personalización y transformación de productos. (CEPAL, 2022).

La transformación digital son las nuevas oportunidades de estrategias de negocios, incorporando tecnología, agilizando procesos, preparar a los equipos para trabajar y colaborar con herramientas digitales y establecer la lógica del negocio o procesos con la economía digital, alcanzando así un mejor rendimiento. De acuerdo a García (2018), se puede deducir entonces que, la transformación digital permite que las instituciones adapten un modelo de negocios socialmente responsable y con ética, permitiendo que apliquen un modelo de desarrollo escalable, sin olvidar que están influyendo en reducir el impacto medio ambiental al agilizar procesos y reducir el consumo de materiales no renovables como el papel.

Por otro lado, la transformación digital ha dado paso a una evolución transformadora de la propia publicidad, bajando el listón online y offline para trabajar en un entorno más integrado y provocando una reorganización del perfil profesional publicitario (De Salas, Martínez y Roca, 2019). Esto quiere decir que, la llegada de la información y la tecnología digital ha acortado el ciclo de vida de los productos y ha dinamizado los modelos de negocio (Maliqueo, González, Mardones & Ardiles, 2021).

Asimismo, se considera al fenómeno de la Transformación Digital, es que este proceso es un viaje que emprenden las empresas hacia la construcción del ADN de una organización digital, es decir, centrada en el cliente, que toma sus decisiones basadas en datos, que coopera y a la vez compite activamente con su entorno de negocios, que es ágil e innova de forma permanente y eficiente con el foco de aportar valor a sus clientes (PMG, 2020).

La transformación digital, es entendida como un fenómeno relativamente nuevo y reciente, y no se puede considerar que una organización haya alcanzado en esta área un estado final de madurez ni haya conseguido definirla en su totalidad. Considerada bien como un nuevo paradigma, la digitalización, como una nueva forma de hacer, está teniendo un gran impacto en la manera en que las universidades llevan a cabo sus misiones y funciones principales: formación, investigación y gestión, y sobre todo está modificando profundamente, al igual que sucede en la sociedad en general, la forma en la que se producen las relaciones entre los miembros de las comunidades universitarias y de estos con el resto de la sociedad (Juanes &

Rodríguez, 2020).

En este contexto, en los últimos años, por ejemplo, con relación a las redes sociales, su popularidad ha crecido exponencialmente, y ahora se utilizan en todo el mundo. Herramientas como Twitter, Facebook e Instagram están cada vez más integradas en las estructuras y procesos de comunicación entre las personas (Mellado & Ovando, 2021). Esto quiere decir, que la tecnología se ha convertido en una base fundamental para hacer frente a los cambios actuales, por lo que las universidades deben estar dotadas de suficientes recursos informáticos como activo estratégico para hacer frente a la competencia global actual (Hamdani & Maulani, 2020).

Una de las mayores transformaciones fue el crecimiento del comercio electrónico hacia nuevas empresas, clientes y tipos de productos. Antes de la pandemia el uso del comercio electrónico estaba circunscrito a un relativamente limitado número de bienes y ahora se extendió a nuevos productos y servicios que cubren necesidades de todos los días (comida, medicinas), así como a nuevos segmentos de mercado (las personas mayores). (OCDE, 2019) La mayoría de los análisis sostienen que este crecimiento no es temporal, sino un cambio que llegó para quedarse, y para consolidarse. (Salazar, 2021).

Es por ello, que para lograr enfrentar estas nuevas exigencias se necesitan de estrategias para adaptarse a la Transformación Digital, que involucren a toda la organización y su modelo de negocio. En el mercado profesional se requieren de expertos que acompañen el desarrollo e implementación de dichas estrategias (Venturo, 2019).

Por otra parte, la calidad es un concepto que engloba una amplitud semántica, que obedece a la visión que se busca distinguir. Tomando uno de los enfoques clásicos de la empresa, este término se puede definir desde la perspectiva del cliente o consumidor final (Zavala & Vélez, 2020). En la actualidad, desde una perspectiva organizacional, la calidad de servicio en los departamentos administrativos de organizaciones latinoamericanas muestra que muchas de las organizaciones están innovando en los servicios que ofrecen a sus clientes (Phuong, et al, 2019).

Por tanto, para lograr ello, es de suma importancia que en la estrategia de negocio se deben considerar como puntos clave: el primer ejecutivo para liderar una transformación digital debe aprender de los competidores digitales pero sin abandonar su identidad, crear un mapa de trabajo digital, tener varias apuestas digitales trabajando en paralelo digitalizar la organización y desarrollar el talento digital .

Afrontar con éxito la transición a la era digital es el gran reto de las organizaciones hoy

en día y, por este motivo, analizar las necesidades de cambio de la cultura corporativa en las diferentes organizaciones, ya sean públicas o privadas, es fundamental. Plantear las posibilidades que se pueden abrir con esos cambios es también una tarea necesaria con el fin de aportar claridad a la hora de buscar respuesta a esas demandas cambiantes, que se presentan en el día a día de las diferentes entidades (Muñoz, et al., 2018).

## **1.2 Marco Teórico**

### ***1.2.1 Transformación Digital***

Es innegable que el grado de penetración tecnológica actual en todas las empresas y organizaciones nos indica que se produjo una transformación digital, pero también es indudable que en la mayoría de los casos esta quedó detenida en la primera fase de adopción (Vacas, 2018). La Transformación digital es un proceso evolutivo, es decir, continuo en un período de tiempo (Morakanyane, et al., 2017).

Algunas veces se tienden a comparar la revolución digital con la revolución industrial, diciendo que es un proceso que se produce de forma rápida e inexorable, y que ningún país, sector económico u organización puede permitirse el no adaptarse al mismo. Sin embargo, la transformación digital ya no es una estrategia de futuro, sino que ofrece una ventaja competitiva que puede no ser sólo conveniente sino imprescindible para la supervivencia (Corvalán, 2017).

Los cambios que las tecnologías digitales pueden provocar en los modelos de negocios, que resultan en el cambio de productos o estructuras organizativas o en la automatización de los procesos, de tal forma que la definen como la transformación profunda de los negocios, actividades y organizaciones, procesos, competencias y modelos. El término de transformación digital en los últimos cinco años ha sido motivo de múltiples publicaciones (Abad, et al., 2020).

La transformación digital es el proceso de gestión que orienta la cultura, la estrategia, las metodologías y las capacidades de una organización a partir de las tecnologías digitales (Crespo & Patiente, 2018). Se inicia con una manera distinta de pensar que demanda un cambio importante en la cultura, la estructura y las operaciones de las organizaciones (Cuenca, Matilla & Compte, 2020).

Es por ello, que es importante aclarar que la digitalización y la transformación digital no son lo mismo ni, por supuesto, sinónimos. La primera implica automatizar los procesos, pero no produce ningún impacto significativo en la estructura de la organización. Sin embargo, la segunda está en un escalón superior, engloba a la digitalización y provoca un cambio profundo en la organización al modificar su cultura y su estructura (Villar, 2019)

En este contexto, para una transformación digital exitosa de una organización y

adaptación a la situación actual, se deben considerar factores diferentes. En primer lugar, necesita una cultura corporativa orientada hacia la digitalización, tomando en cuenta la experiencia del cliente; esto significa comprender el nivel de cultura digital de los clientes. Asimismo, los objetivos comerciales deben entrelazarse digitalmente para satisfacer las necesidades de los clientes (Zugasti, Aguilar & Álvarez, 2022).

La transformación digital se inicia con una manera distinta de pensar que demanda un cambio importante en la cultura, la estructura y las operaciones de las organizaciones (Cuenca, Matilla & Compte, 2020). En la cuarta revolución industrial el trabajo está cambiando y este cambio está siendo mucho más profundo y de mayor alcance a lo imaginado (Schwab, 2016; Torrecilla, Pardo y Rubio, 2019). Las áreas de gestión y talento humano vienen evaluando nuevos perfiles y competencias para los cargos que tradicionalmente deben cubrir en las empresas.

El impulso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha trascendido desde las empresas a la salud, el trabajo, los desafíos sociales, la cultura, la educación y la vida personal. Asimismo, su continuo avance afecta al intercambio continuado de bienes del conocimiento (Paletta & Moreiro, 2021).

Es por ello, que una estrategia de transformación digital es una estrategia de las organizaciones, que trata de cómo la tecnología contribuye a todos los procesos empresariales y funciones organizativas (Shaughnessy, 2018).

La transformación digital es un proceso evolutivo que entrega capacidades y tecnologías digitales para habilitar modelos de negocio, procesos operacionales y experiencia del cliente con vistas a crear valor, se considera una matriz en la cual hay un conjunto de componentes las cuales son naturaleza de la Transformación digital; habilitadores; impactos claves; áreas de transformación (Shaughnessy, 2018). Es importante mencionar que, la transformación digital siempre ha tenido una fuerte conexión con la industria y actualmente está experimentando grandes cambios, ya que la industria 4.0 representa la próxima cuarta revolución industrial. Se centra en la digitalización de extremo a extremo de todos los activos físicos y la integración en ecosistemas digitales con socios de la cadena de valor (Morakanyane, et al., 2017).

Esto quiere decir que, en las empresas, la integración de las tecnologías en todos los aspectos del funcionamiento y gestión de los centros de información hace que su intervención alcance a los procedimientos técnicos, a la atención y comunicación con los usuarios y con otros profesionales, incluso a la oferta de servicios y a los nuevos compromisos y tareas

gracias al análisis de datos. De modo que la transformación no se limita a la explotación e integración de las TIC, pues afecta a todos los aspectos de la vida profesional y tiene consecuencias en los métodos que se emplean para investigar y trabaja (Paletta & Moreiro, 2021).

La digitalización significa progreso, bienestar y cambio. Es una evolución que concierne a todos los ámbitos de la vida y del trabajo en cuanto al gobierno, la administración pública, la economía y al sector privado. Se trata de un fenómeno global que se caracteriza por un desarrollo particularmente dinámico y que frecuentemente es presentado como objetivo político. Aunque se plantea la cuestión de si es imperativo digitalizar todos los ámbitos de la administración pública, la digitalización ya ha empezado de facto a transformar sustancialmente la integridad del entorno en el que el control externo desarrolla sus actividades (Sala, 2020).

Viall (2019) sugiere ver la transformación digital como un proceso que involucra a toda la organización, el cual, tiene como objetivo identificar nuevas formas de creación de valor, ya que las tecnologías digitales crean disrupciones que provocan diferentes respuestas en las organizaciones, pero sin necesidad de gestionar las estructuras organizativas actuales.

En el ámbito empresarial, los desafíos planteados por la transformación digital han creado una sensación general de crisis para las organizaciones, ya que el mercado digital se ha transformado por nuevos modelos de negocio y algunas herramientas de marketing tradicionales se han vuelto obsoletas. Sin embargo, estos cambios también han traído nuevas herramientas como el uso de big data, nuevas técnicas de visualización, mayor potencia computacional, entre otros (Quinn, et al., 2017).

En este contexto, en el ámbito tecnológico, hay dos tendencias, el que quiere ir por delante, es el que provoca, que innova, que no respeta las normas establecidas, que inventa y que muerde si hace falta; y, por otro lado, hay otros que prefieren mantener, proteger, aguantar y, en definitiva, resistir (Vial, 2019)

La digitalización ha traído consigo una adaptación de las personas a un mundo más ágil, conveniente y conectado. Ha permitido a las organizaciones obtener información en tiempo real, evaluar datos y seguir al cliente a lo largo de toda la cadena de valor para mantenerlos auténticos y seguros. A su vez, facilita la coordinación de decisiones para el mejor funcionamiento de una empresa (Sampedro, et al., 2020).

Por otro lado, actualmente en la economía mundial, gracias al fenómeno de la globalización y de la competitividad de los mercados, la gestión de servicio de calidad se ha

convertido en una de las condiciones indispensables para el éxito de cualquier organización o empresa a nivel global, sea esta tanto de la vertiente industrial como de servicios (Zavala & Vélez, 2020).

Los últimos años, se ha explorado el concepto de Transformación digital a través de tres áreas de cambio principales: comportamiento del consumidor, procesos de negocio y modelos de negocio (Schwertner, 2017; Bockshecker, Hackstein, & Baumöl, 2018; Ismail, 2017). En Nwaiwu (2018) se hace un estudio de diez marcos conceptuales sobre Transformación digital de las organizaciones, revelando que la mayoría de aquellos que se originaban en la academia se centraba más en la adopción de las tecnologías, mientras los temas asociados a las estrategias organizacionales eran menos tratados. Aspectos relativos a los recursos humanos, la experiencia del cliente y la agilidad eran más frecuentes en la literatura originada desde los negocios.

Indudablemente esto produce un cambio importante en la forma de hacer el trabajo, lo que a su vez deriva en redefinir los procesos de la organización. Al cambiar estos, los equipos (secciones, unidades, áreas, direcciones, etcétera) deben reorganizarse. Esta nueva forma de hacer las tareas implica nuevas competencias para el personal de la organización; adquirirlas lleva a su vez un proceso imprescindible de formación (Zavala & Vélez, 2020). Finalmente, y en algunos casos, la propia situación lleva a la organización a un cambio de visión.

Mergel, Edelman, & Haug (2019), presenta una taxonomía de Transformación digital en administración pública, que se soporta sobre cuatro categorías:

- Razones (externas e internas): Las externas, a su vez se subdividen en aquellas presiones generadas en el entorno (ciudadanos, organizaciones y políticas), y los cambios tecnológicos; mientras que las internas incluyen los archivos físicos y la gestión.
- Objetos: se clasifican en procesos, servicios, productos, relaciones, tecnología y modelos de negocio.
- Procesos: incluye digitalizar procesos, digitalizar documentos físicos, digitalizar relaciones, digitalizar servicios, uso de nuevas tecnologías, desarrollo de nuevas competencias.
- Resultados: Incluye tres tipos de resultados: productos, efectos, impacto

En conclusión, crecer y sobrevivir; son las dos palabras que mejor definen y resumen a todas las razones que justifican la transformación digital de la empresa. Se pueden vislumbrar varios motivos por los cuales una empresa que no se transforme digitalmente, que no dé un

giro a su organización hacia el mundo digital, puede ver como sus resultados se estancan o incluso disminuyen llevando, en el peor de los escenarios, a la no supervivencia. Como contrapunto, si una empresa se transforma digitalmente de una manera planificada y bien estructurada y consigue con éxito introducirse en el mundo digital, puede conseguir de esta una gran ventaja competitiva respecto a sus rivales y así crecer como empresa. Transformar digitalmente la empresa no es solo crear una página web y tener actividad en las redes sociales, aunque sí es lo más apreciable desde un punto de vista externo. Es lo que la gente, tanto clientes como no clientes, perciben (Guerra, 2017).

**1.2.1.1 Liderazgo Hacia Lo Digital.** La relación entre cultura y liderazgo es primordial ya que la refleja también el modelo elaborado por Troilo (2021), quienes distinguen y caracterizan cuatro tipos básicos de culturas organizacionales, relacionadas a distintos estilos de líderes en cada uno de ellos, según se trate de culturas flexibles o estables; internas o externas: Cultura de elaboración, Cultura de creación, Cultura de control, Cultura de competencia.

En este contexto, influye mucho el liderazgo y la agilidad siendo, esta última la capacidad central en las transformaciones digitales exitosas y utilizan en mayor medida formas de trabajo ágiles (Frankiewicz & Chamorro-Premuzic, 2020); asimismo, la transformación cultura es la pieza más difícil del rompecabezas facilitador de la digitalización y requiere líderes dispuestos a cambiar la forma en la que siempre han venido trabajando (Agarwal, 2020).

**1.2.1.2 Visión y Estrategia de Digitalización.** Las nuevas tecnologías se pueden utilizar en diferentes sectores y en todas las etapas de la actividad. Estas son fuentes tangibles de valor para empresas y organizaciones que necesitan articular sus necesidades comerciales y el impacto de sus soluciones, así como una visión clara de cómo se utilizarán las soluciones integradas (CAF, 2019). Las posibilidades de estas tecnologías no son comunes a todas las actividades económicas. Depende de cada sector, su nivel de desarrollo y vinculación con otras actividades, la incorporación de tecnología, las habilidades y competencias de sus trabajadores, y las condiciones en que operan las firmas y empresas (Díaz, 2020).

**1.2.1.3 Formas de trabajo, personas y cultura digital.** El nuevo espacio de trabajo es un lugar global y conectado que necesita profesionales que dominen un conjunto de nuevas competencias caracterizadas por su carácter digital como el aprendizaje continuo, las competencias colaborativas, la comunicación digital, el liderazgo distribuido y la gestión de redes y comunidades (Magro, et al., 2018).

**1.2.1.4 Digitalización de procesos y toma de decisiones.** La transformación digital no

es un tema tecnológico sino una cuestión de visión, estrategia, cultura organizativa y rediseño de procesos. En la actualidad, se revela cada vez más necesaria la capacidad de las organizaciones para captar talento, retener el existente e incentivar los procesos internos de aprendizaje y construcción de redes para la incorporación y la adquisición de las competencias digitales necesarias para afrontar esta nueva realidad (Magro, et al., 2018).

**1.2.1.5 Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales.** Las herramientas digitales son todos los recursos de software (algunos incluyen en su definición al hardware que contiene este software) presentes en computadoras y dispositivos relacionados, que permite realizar o facilitar todo tipo de actividades (Maldonado, et al., 2019).

## **1.2.2 Gestión del servicio**

La evaluación de la calidad del servicio fue un punto ya comentado en diversos campos de organizaciones o asociaciones latinoamericanas; a pesar de que el entorno típico en el que se utiliza implica una evaluación de la gestión en una organización de apoyo a organizaciones o en elementos que implican algún tipo de servicio al cliente, también se encuentra en las administraciones estatales, a disposición de la autoridad pública (Terán, et al., 2021).

La gestión de servicio significa facilitar, administrar y organizar las tareas y los bienes individuales de cada institución, con base en los conceptos de espacio de demanda, cargos y contratos de trabajo, con el objetivo de dar respuestas oportunas y adecuadas a los clientes (De Francisco, Botero & Valencia, 2016; Romero & Sosa, 2016).

**1.2.2.1 Calidad.** La calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades. En este contexto, es importante recalcar que cuando en una organización se plantea la visión tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin: satisfacer las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro. (Mirando, et al., 2021).

**1.2.2.2 Satisfacción.** Un resultado sobre la satisfacción del cliente en cuando a la calidad de los servicios que recibe, se da mediante un modelo que permita conocer los parámetros en los cuales la empresa se encuentra teniendo debilidad y ayudar al mejoramiento de estrategias mediante una propuesta para incrementar la afluencia de clientes al lugar ofreciendo servicios de calidad (Mirando, et al., 2021).

**1.2.2.3 Eficiencia.** La eficiencia es la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado, además mide la capacidad o cualidad de la actuación de un sistema o sujeto económico para lograr el cumplimiento de un objetivo determinado,

minimizando el empleo de recursos (Rojas, et al., 2017).

**1.2.2.4 Efectividad.** La efectividad es el resultado de la eficacia y la eficiencia, definiendo la eficacia como la relación entre las salidas obtenidas y las salidas esperadas (SO/SE); y la eficiencia como la relación de salidas obtenidos entre los insumos utilizados (SO/IU) (Rojas, et al., 2017).

**1.- Indicador de cumplimiento de procesamiento de consulta del cliente:** El indicador de cumplimiento es un dato o un conjunto de datos que nos ayudan a medir objetivamente, en un ámbito espacio temporal, la evolución de acciones asumidas por una organización para el cumplimiento de un determinado compromiso adquirido (Organización Internacional para las Migraciones, 2016).

**2.- Indicador del nivel de clientes satisfechos:** Con relación, al indicador nivel de satisfacción del cliente interno se entiende como un indicador del nivel de calidad asistencial ofrecida, por lo que se espera permita detectar las debilidades e ineficiencias de los procesos de atención al paciente que, hoy día, son una necesidad de la práctica asistencial no siempre fácil de resolver (Quispe & Ayaviri, 2016).

**3.- Indicador de Tiempo de Entrega y tiempo de generar pedido:** Un índice de tiempo es una cantidad que permite conocer la duración de cada proceso y fase que se realiza en una empresa u organización. Esto le permitirá saber directamente dónde se está retrasando el proceso y si es necesario realizar cambios a corto plazo y tomar las decisiones pertinentes (Rodríguez & Pinto, 2018).

**4.- Indicador de Confiabilidad del cliente:** El indicador de confiabilidad del cliente es la capacidad para brindar el servicio prometido de manera fiable y precisa. Por otro lado, el indicador de capacidad de respuesta es la capacidad de ayudar a los usuarios con prontitud; la seguridad es la ausencia de peligro, riesgo o duda al suministrar el servicio; y empatía resumida como la capacidad para esforzarse por comprender al usuario y sus necesidades (Lizano & Villegas, 2019).

## **1.3 Investigaciones**

### **1.3.1 Nacionales**

Rodríguez (2021), en sus tesis de Licenciatura “Estudio de la transformación digital para la generación de ventajas competitivas en el desarrollo de las Fintech ubicadas en Lima Metropolitana”, desarrollada en la Universidad de Lima, Perú; se planteó como objetivo determinar cómo la evolución de la transformación digital ha beneficiado al desarrollo de las ventajas competitivas de las Fintech en Lima Metropolitana. La investigación realizada

concluyó y logró encontrar correlaciones entre la evolución de la transformación digital y la generación de ventajas competitivas para las Fintech.

Ruiz (2021), en su investigación para optar por el Grado Académico de Magister “La transformación digital en la gestión de servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores en el año 2020”, desarrollada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú; donde el objetivo fue determinar si la transformación digital existe una relación en la gestión del servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores; asimismo, esta investigación es cuantitativa y su diseño es no experimental. La investigación realizada concluyó que la transformación digital existe una relación positivamente en la gestión del servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores en 2020.

Delgado y Flores (2021) en su tesis para optar por el Grado Académico de Magister “Estrategias digitales y su impacto en la transformación digital de las organizaciones”, desarrollada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo es contrastar las posturas de diferentes autores respecto a cómo las estrategias digitales existen una relación en las transformaciones digitales de las organizaciones, mediante una investigación tipo exploratorio, mediante el cual se recopiló y analizó las diversas posturas de distintos autores destacados. Finalmente, se concluyó que las estrategias digitales están relacionadas directamente con una transformación digital eficaz; no obstante, su inadecuada formulación e implementación puede resultar contraproducente para la organización.

Alvarado (2020), en su tesis para optar por el Grado Académico de Magister “El rol de la transformación digital en la formulación de la estrategia de negocio de empresas del sector financiero en el Perú”, desarrollada en la Universidad del Pacífico, Perú. Su objetivo fue determinar el rol que tiene la transformación digital en las estrategias de las organizaciones del sector financiero del Perú, mediante una investigación tipo exploratorio. Finalmente, se determinó que actualmente la transformación digital tiene un rol importante en la estrategia de las organizaciones, y su importancia irá incrementándose conforme los contextos cambien.

Morante (2020) en su tesis titulada Transformación Digital: Conceptos Claves y Casos de Éxito en el Perú, desarrollada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, con el objetivo de presentar conceptos claves de diferentes autores y mostrar algunos casos de éxito de implementación en el Perú; todo ello con la finalidad de introducir al lector en el entendimiento de la transformación digital. Finalmente se logró concluir que la transformación digital es un enfoque que ayuda a repensar los modelos de negocio y el valor que se entrega a los clientes tomando en cuenta a los participantes de la cadena de valor y que involucran nuevas tecnologías

### **1.3.2 Internacionales**

Figuroa (2021) en su tesis de Maestría "Modelo de Transformación Digital en la Gestión Comercial del sector retail (Supermercados) en tiempo de pandemia en la ciudad de Babahoyo", desarrollada en la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador. Se planteó como objetivo identificar el impacto de herramientas y modelos organizativos para evaluar la transformación digital en la gestión empresarial de las empresas del sector retail (supermercado) de la ciudad de Babahoyo. El método de investigación aplicado es inductivo, el tipo de estudio es descriptivo. Los resultados obtenidos indicaron que las dimensiones analizadas por cada variable independiente son factores primordiales para la transformación digital por tener un mayor impacto en las empresas del sector retail.

Morris (2020) en su tesis doctoral "Una visión de Transformación digital y Aprendizaje organizacional en la implantación de un ERP y su efecto en el desempeño organizacional", desarrollada la Universidad Ramón Llull, España. El autor se planteó cómo objetivo circunscribir el efecto que la implantación de un ERP tiene sobre una organización, reflejado en la percepción de mejora en la productividad organizativa. Para el desarrollo del trabajo se empleó una investigación cualitativa dónde se emplea un estudio comparativo y cruzado de múltiples casos. Finalmente se pudo concluir que los modelos de implantación de ERP deben incorporar, en definitiva, una visión de proceso que incluye aquellos procesos organizativos y de aprendizaje, más allá de la implantación del software, que se ven afectados por la implantación del ERP.

Cuenca, Matilla y Compte (2019), en su artículo "Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas", desarrollada en España; donde el objetivo fue analizar el grado de madurez en la transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de las empresas de mayor facturación españolas, mediante una investigación tipo exploratorio y cuantitativa. Los resultados identifican que el 73,6% de los departamentos de comunicación de las empresas participantes están en un momento avanzado de esta transformación y el 85% de estos departamentos tienen una visión integral de la comunicación digital.

Roldán (2019) en su tesis "Transformación Digital como herramienta para generar valor en las MiPymes de la Región del Biobío", desarrollada en la Universidad Andrés Bello, Chile. Se planteó como objetivo dar a conocer una metodología que pueda implementarse en las micros, pequeñas y medianas empresas de la región dadas las condiciones y características de su entorno, Esta investigación de carácter exploratoria mediante una recopilación bibliográfica.

Finalmente, se logró proponer una metodología viable de transformación digital que será utilizado en dichas empresas.

## **1.4 Marco Conceptual**

### ***1.4.1 Transformación Digital***

Según PMG Business Improvement (2017), es un cambio cultural y estratégico, mediante el cual las empresas u organizaciones se orientan a mejorar la experiencia de sus clientes y/o a la creación de nuevos modelos de negocios, a través de la incorporación de tecnologías digitales, para ofrecer soluciones más eficaces, innovadoras, rápidas y rentables.

### ***1.4.2 Gestión de Servicio***

Según Díaz (2017), través de la gestión de servicio al cliente se puede alcanzar la mejora continua de la empresa y por tanto la calidad de los productos y servicios ofrecidos al cliente, ya que cuando el cliente se siente comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporciona en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

### ***1.4.3 Calidad del servicio***

Se tiene que la calidad de los servicios es más difícil de valorar que la calidad de los bienes, ya que, al ser una evaluación desde la perspectiva de los clientes, se configura, por tanto, en una evaluación subjetiva. Es por esto, que se hace imprescindible que las MIPYMES posean un conocimiento profundo sobre las expectativas del cliente, tomando en cuenta que se necesita saber lo que éste espera para brindar un servicio de buena calidad (Campoverde, et al., 2018).

### ***1.4.4 Trabajo en equipo***

El trabajo en equipo es una competencia necesaria para el éxito organizacional. En este contexto, las competencias identificadas como clave para el desempeño de un equipo interdisciplinario son (Rojas, et al. 2017):

- Identificar un líder que establece la dirección y visión para el equipo, mientras se escucha y proporciona apoyo y supervisión a los miembros del equipo.
- Incorporar un conjunto de valores que proporcionan claridad y dirección para el trabajo del equipo; estos valores deben ser visibles y reconocidos constantemente.
- Demostrar una cultura de equipo y ambiente interdisciplinario de confianza donde se valoran las contribuciones y se fomenta el consenso.
- Asegurar procesos e infraestructura adecuados para garantizar la visión del servicio.
- Proporcionar servicios de calidad centrados en el cliente, con resultados documentados;

y utiliza la retroalimentación para mejorar la calidad de la atención.

#### **1.4.5 *Gestión de calidad***

Dentro de las dimensiones de la gestión de calidad está la atención al cliente, la cual es definida por (Alayo, 2017) como aquel servicio que prestan las empresas para ofrecer sus productos y estos puedan ser obtenidos de manera más rápida; es decir para poder relacionarse con el cliente y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades logrando a largo plazo su fidelización (Rojas, et al., 2017).

## CAPITULO II

### EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPOTESIS Y VARIABLES

#### 2.1 Planteamiento del Problema

##### 2.1.1 Descripción de la realidad problemática

A nivel mundial, la introducción y la adopción de tecnologías digitales avanzadas ha ocasionado que se esté pasando de un mundo hiperconectado a un mundo digitalizado en las dimensiones económicas y sociales. Debido, a que en ese mundo conviven y se fusionan la economía tradicional con la economía digital, da lugar a un nuevo sistema digitalmente entrelazado en el que se integran e interactúan modelos de ambos mundos, lo que da como resultado ecosistemas complejos que se encuentran en proceso de adecuación organizativa, institucional y normativa (CEPAL, 2022).

Asimismo, los cambios en los modelos de negocios están transformando la industria, debido a que, la virtualización de las redes y las necesidades de procesamiento de grandes cantidades de datos llevan a una convergencia con el sector de la tecnología de la información que promueve la entrada de nuevos actores. Maximizar los beneficios de la innovación tecnológica requiere una visión clara de estos desafíos y adecuar el marco regulatorio para fomentar el desarrollo de nuevas cadenas de valor (CEPAL, 2018)

En América Latina, previo a la pandemia el uso de tecnologías digitales en la región había crecido rápidamente y la difusión de teléfonos móviles y el internet de banda ancha había permitido a segmentos importantes de la población a conectarse a redes digitales. A finales del 2017, estaban conectados 391 millones de los 628 millones de habitantes de la región, es decir, alrededor de 62% de la población, en comparación con poco más de 50% a finales de 2014. Sin embargo, aún faltaba un 38% de la población, unos 237 millones de personas, para alcanzar una conectividad universal. Muchas empresas, en particular las Pymes, tienen poco o ningún acceso a las tecnologías digitales (Salazar, 2021).

La transformación digital de empresas 2019, registra un promedio de 43 puntos porcentuales en una escala de 0 a 100, lo cual revela que el nivel de madurez de las empresas en sus procesos de Transformación Cultural & Digital se ubica a un nivel bajo, en la categoría Intermedio Digital (PMG, 2019).

En Perú, usuarios activos de redes sociales corresponden a 68 por ciento de la población, y son las que tienen la oportunidad de acceder rápidamente a una amplia gama de información. Ante esta realidad, las expectativas de los clientes son siempre mayores, aumentando su poder de negociación para exigir más rapidez, mayor calidad y un mejor servicio. Sin duda, el efecto

multiplicador del acceso a información relevante que posibilitan las redes sociales es el motor que impulsa el rápido desarrollo de mayores demandas de los clientes (Ventaro, 2019).

### **2.1.2 Definición del Problema General y específico**

#### **Problema General**

¿De qué manera existe una relación entre la transformación digital en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?

#### **Problemas Específicos**

- PE1: ¿Cómo existe una relación entre la transformación digital en la calidad de gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?
- PE2: ¿Cómo existe una relación entre la transformación digital en la satisfacción del usuario de la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?
- PE3: ¿Cómo existe una relación entre la transformación digital en la eficiencia de la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?
- PE4: ¿De qué manera existe una relación entre la transformación digital en la comunicación de la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?
- PE5: ¿De qué manera existe una relación entre la transformación digital en la efectividad de la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?

## **2.2 Finalidad y Objetivos de la Investigación**

### **2.2.1 Finalidad**

La presente investigación tiene como finalidad conocer la manera en la que la transformación digital existe una relación entre en la gestión de servicio en una institución Pública. Además, las herramientas digitales constituyen a un conjunto de tecnologías que permiten la unificación de todos los procesos que comprendan esta área.

Además, el trabajo es factible, ya que se cuenta con la capacidad técnica y logística para realizar y ejecutar el proyecto, asimismo es viable porque se encuentra dentro de los lineamientos de las herramientas tecnológicas como recurso para la mejora de la gestión de servicio de los usuarios de la Institución Pública.

### **2.2.2 Objetivo General y Específicos.**

#### **Objetivo General**

Determinar si existe una relación de la transformación digital en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022.

#### **Objetivos Específicos**

- OE1: Determinar si existe una relación de la transformación digital en la calidad de

gestión

del servicio de una Institución Pública, 2022.

- OE2: Determinar si existe una relación de la transformación digital en la satisfacción del usuario de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.
- OE3: Determinar si existe una relación de la transformación digital en la eficiencia de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.
- OE4: Determinar si existe una relación de la transformación digital en la comunicación de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.
- OE5: Determinar si existe una relación de la transformación digital en la efectividad de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.

### **2.2.3 Delimitación del estudio**

**Temporal:** El periodo en el cual se llevará a cabo esta investigación comprendido los meses de Setiembre - diciembre del 2022.

**Espacial:** El estudio se realizará a nivel de una Institución Pública del Perú.

**Social:** En la presente investigación se aplicaron las técnicas e instrumentos con el objetivo de recoger información de usuarios de la Institución Pública del Perú.

### **2.2.4 Justificación e Importancia del Estudio**

**2.2.4.1. Justificación teórica.** Este estudio servirá de base para otras investigaciones relacionadas al tema de transformación digital y la gestión de servicio. Entonces, se considera que los aportes teóricos de este estudio pueden constituir procesos de gestión apoyados de la transformación digital, por lo tanto, coadyuvar a la mejora de la institución, estableciendo bases duraderas en la gestión de servicio y con ello el fortalecimiento de la institución.

**2.2.4.2. Justificación práctica.** El presente estudio servirá para dar a conocer los resultados que se obtendrán en la relación de la transformación digital y la gestión de servicio en una Institución Pública y de esta manera proponer posibles soluciones al problema.

**2.2.4.3. Justificación metodológica.** La presente investigación tendrá trascendencia científica metodológica, porque permitirá determinar la relación entre las variables de transformación digital y la gestión de servicio, teniendo como sustento las teorías y métodos utilizados. Asimismo, se propondrá un instrumento de medición para evaluar el cumplimiento de la secuencia metodología, el cual contará con la validez de criterio y confiabilidad estadística a la que se ha de recurrir.

**2.2.4.4. Justificación social.** La presente investigación es de una importancia social ya que, si existe una buena gestión de servicio, se estaría cuidando los intereses de todas las

personas involucradas en la empresa.

## 2.3 Hipótesis y Variables

### 2.3.1 *Hipótesis Principal y Específicas*

#### **Hipótesis principal**

La transformación digital existe una relación de manera positiva en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022.

#### **Hipótesis específicas**

- HE1: La transformación digital existe una relación de manera positiva en la calidad de gestión del servicio de una Institución Pública, 2022.
- HE2: La transformación digital existe una relación de manera positiva en la satisfacción del usuario de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022
- HE3: La transformación digital existe una relación de manera positiva en la eficiencia de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.
- HE4: La transformación digital existe una relación de manera positiva en la comunicación de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.
- HE5: La transformación digital existe una relación de manera positiva en la efectividad de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022

### 2.3.2 Variables e indicadores

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION	INSTRUMENTO	
<b>VARIABLES INDEPENDIENTE</b>  <b>I. TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b>	<b>I.1 Liderazgo hacia lo digital</b>	<b>Nivel de cumplimiento</b>	¿Usted considera que las estrategias son importantes para mejorar los resultados con relación a la atención eficiente al usuario?	LIKERT	<b>CUESTIONARIO</b>	
	<b>I.2 Visión y estrategia de digitalización</b>	<b>Tiempo de formulación</b>	¿Usted considera que recibe un justo tratamiento de datos?	LIKERT		
			¿Se encuentran cuellos de botella o demoras en el cumplimiento de requerimientos del usuario?	LIKERT		
	<b>I.3 Formas de trabajo, personas y cultura digital</b>	<b>Nivel satisfacción de cliente interno</b>	¿Usted considera que la capacidad de identificación con los usuarios es importante para alcanzar a satisfacerlos?	LIKERT		
			¿Usted considera que la capacidad de solución es óptima?	LIKERT		
	<b>I.4 Digitalización de procesos y toma de decisiones</b>	<b>Tiempo de proceso</b>	¿Usted considera que dentro del área de gestión de servicio se desarrolla un proceso de comunicación de manera efectiva?	LIKERT		
			¿Consideras que la institución cuenta con un sistema que brinde información de los servicios que ofrece?	LIKERT		
	<b>I.5 Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales</b>	<b>Nivel de manejo de datos</b>	¿Usted considera que existe responsabilidad en la seguridad de la información por parte de la Institución?	LIKERT		
			¿Considera que la seguridad que se le otorga a los datos es eficiente?	LIKERT		
			¿Consideras que la institución cuenta con un sistema informático que brinde ayuda al usuario?	LIKERT		
	<b>VARIABLES DEPENDIENTE</b>  <b>D. GESTIÓN DEL SERVICIO</b>	<b>D.1 Calidad</b>	<b>Procesamiento de consulta de cliente</b>	¿Usted considera que todos los trabajadores tienen capacidad de respuesta inmediata?		LIKERT
				¿Usted considera que se le brinda la información necesaria para completar su requerimiento?		LIKERT
		<b>D.2 Satisfacción del usuario</b>	<b>Tiempo de entrega del producto</b>	¿Usted considera que recibe una puesta atención por parte de la empresa?		LIKERT
				¿Los ambientes de trabajo logran cubrir sus expectativas personales?		LIKERT
		<b>D.3 Eficiencia</b>	<b>Tiempo de generar pedido</b>	¿Usted considera que los trabajadores les da la información necesaria del servicio de interés?		LIKERT
¿Usted considera que los trabajadores cumplen sus funciones de manera eficiente?				LIKERT		
<b>D.4 Comunicación</b>		<b>Cientes satisfechos</b>	¿Considera que la atención es empática con el usuario?	LIKERT		
			¿Considera que existe una comunicación constante hasta finalizar su proceso solicitado?	LIKERT		
<b>D.5 Efectividad</b>		<b>Confiabilidad de cliente</b>	¿Se ejecutan las actividades en el tiempo previsto para usted cómo usuario?	LIKERT		

## CAPITULO III

### MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTOS

#### 3.1 Población y Muestra

Según Ventura (2017), la población es el conjunto de elementos que contienen características específicas que se pretenden estudiar. En este contexto, para este estudio se consideró como población a 1025 usuarios de una Institución Pública.

**Tabla 1**

Usuarios

Usuarios sector A	344
Usuarios sector B	135
Usuarios sector C	546
TOTAL	1025

Nota. usuarios de una Institución Pública

Además, Ventura (2017), sostiene que la muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta; el cual será calculado por medio de una fórmula que permite calcular el tamaño de muestra cuando la población es finita, propuesta por Baena (2017), como se muestra a continuación:

$$n = \frac{(312.12)^2}{\frac{(0.03 * 633.51)^2}{(2.054)^2} + \frac{(312.12)^2}{1025}} = 539.2461$$

Donde:

N: número total de poleras de color entero (1025 usuarios).

n: tamaño necesario de la muestra de productos terminados.

Z: nivel de confianza o margen de confiabilidad (en este caso, 96% de confianza, Z= 2,054).

S: desviación estándar de la población (estimada mediante una muestra piloto aplicada a 57 unidades de productos terminados), resultando S= 312.12.

E: error de estimación (en este caso, se tomó un error de estimación pequeño debido a que la población es heterogénea en cuanto a las tallas: E= 0.03).

$$N = \frac{[(312.12)]^2}{\left( \frac{[(0.03 * 633.51)]^2}{[(2.054)]^2} + \frac{[(312.12)]^2}{1025} \right)} = 539.2461$$

En conclusión, utilizando un nivel de confianza del 96% y un error de estimación del

3% para una población de 1025 usuarios, se requiere analizar por lo menos 539 usuarios mencionado anteriormente, perteneciente a Institución Pública.

### **3.2 Diseño utilizado en el estudio**

#### **3.2.1 Tipo, nivel y diseño de investigación**

##### **Enfoque Cuantitativo.**

El enfoque es cuantitativo como menciona Hernández y Mendoza (2019), esta investigación tiene que ver con la “cantidad” y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo; ya que, busca medir variables con referencia a magnitudes.

##### **Tipo Correlacional.**

Asimismo, es de tipo de investigación es de nivel correlacional con enfoque cuantitativo de diseño no experimental, según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2018), los estudios correlacionales tienen “como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular”.

##### **Nivel Descriptivo.**

Hernández, Fernández y Baptista (2018) “el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes”.

##### **Diseño No Experimental.**

Por otro lado, el diseño no experimental permite que se esté más cerca de las variables formuladas hipotéticamente como “reales” y, en consecuencia, tenemos mayor validez externa (posibilidad de generalizar los resultados a otros individuos y situaciones comunes).

### **3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.3.1 Técnicas e instrumentos**

La técnica que se utilizó en la presenta investigación es la encuesta que según Hernández, Fernández y Baptista (2018), es una técnica basada en preguntas, a un número considerable de personas, utilizando cuestionarios, que, mediante preguntas, efectuadas en forma personal, telefónica, o correo, permiten indagar las características, opiniones, costumbres, hábitos, gustos, conocimientos, modos y calidad de vida, situación ocupacional, cultural, etcétera, dentro de una comunidad determinada.

En este contexto, se empleó el instrumento el cuestionario, es un instrumento utilizado

para recoger de manera organizada la información que permitirá dar cuenta de las variables que son de interés en cierto estudio, investigación, sondeo o encuesta (Hernández, Fernández y Baptista, 2018).

### **3.4 Procesamiento de datos.**

Los resultados obtenidos serán trabajados y procesados en tablas dinámicas, gráficos de barras y porcentajes, los cuales fueron de gran ayuda para ver la posible relación e influencia entre las variables de estudio, todo ello, según el resultado de significancia de la prueba de normalidad, para la cual se utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman.

#### **Fase descriptiva**

La fase descriptiva según Sánchez, Reyes y Mejía (2018), se refiere a la presentación de manera sintética de la totalidad de observaciones hechas, como resultado de una experiencia realizada. En este contexto, el análisis de datos descriptivo de la presente investigación se realizó a través del programa informático Microsoft Excel, a través del cual se obtendrá como resultado los niveles de la transformación digital y la gestión de servicio, así como de cada una de sus dimensiones.

#### **Fase inferencial**

La fase inferencial según Sánchez, Reyes y Mejía (2018), permite al investigador encontrar un significado a los resultados obtenidos. Asimismo, en esta fase se comparan dos grupos de datos para determinar si las diferencias entre estas son reales o son producto del azar. En este contexto, el análisis de datos inferencial de la presente investigación se realizará utilizando el software estadístico SPSS v23, a través del cual se obtendrá como resultados, las correlaciones existentes entre las variables de estudio mediante coeficiente de correlación rho de Spearman.

## CAPITULO IV

### PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### 4.1 Resultados de estadística descriptiva

##### 4.1.1 Descripción De Las Variables

##### Dimensión 01 de la variable de Transformación Digital

**Tabla 2**

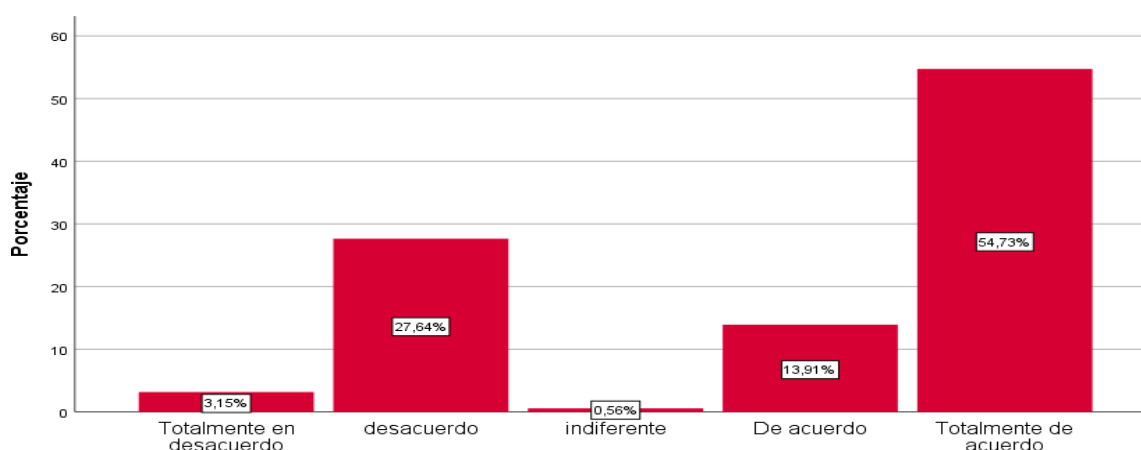
Liderazgo hacia lo digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	3,2	3,2	3,2
	desacuerdo	149	27,6	27,6	30,8
	indiferente	3	,6	,6	31,4
	De acuerdo	75	13,9	13,9	45,3
	Totalmente de acuerdo	295	54,7	54,7	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 01 de variable de Transformación Digital

**Figura 1**

Liderazgo hacia lo digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 01 de variable de Transformación Digital

En la tabla 2 y figura 1, se tiene de Liderazgo hacia lo digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022. Los encuestados de Transformación Digital tiene un porcentaje de totalmente en desacuerdo (3,15%) a lo que se suma el en desacuerdo (27,64%), a lo que se suma el ni acuerdo ni desacuerdo (0,56%). Solo el 13,91% dice de acuerdo y el 54,73% dice totalmente de acuerdo.

## Dimensión 02 de la variable de Transformación Digital

**Tabla 3**

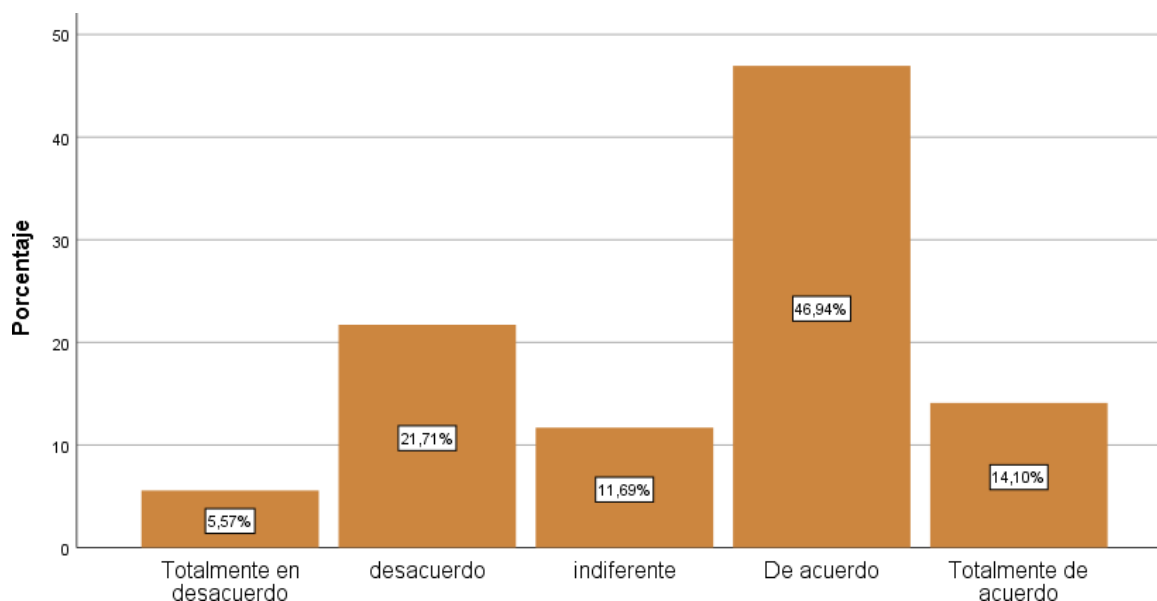
Visión y estrategia de digitalización en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	5,6	5,6	5,6
	desacuerdo	117	21,7	21,7	27,3
	indiferente	63	11,7	11,7	39,0
	De acuerdo	253	46,9	46,9	85,9
	Totalmente de acuerdo	76	14,1	14,1	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 02 de variable de Transformación Digital

**Figura 2**

Visión y estrategia de digitalización en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 02 de variable de Transformación Digital

En la tabla 3 y figura 2, se tiene de Visión y estrategia de digitalización en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022. Los encuestados de Transformación Digital tiene un porcentaje de totalmente en desacuerdo (5,57%) a lo que se suma el en desacuerdo (21,71%), a lo que se suma el ni acuerdo ni desacuerdo (11,89%). Solo el 46,94% dice de acuerdo y el 14,10% dice totalmente de acuerdo.

### Dimensión 03 de la variable de Transformación Digital

**Tabla 4**

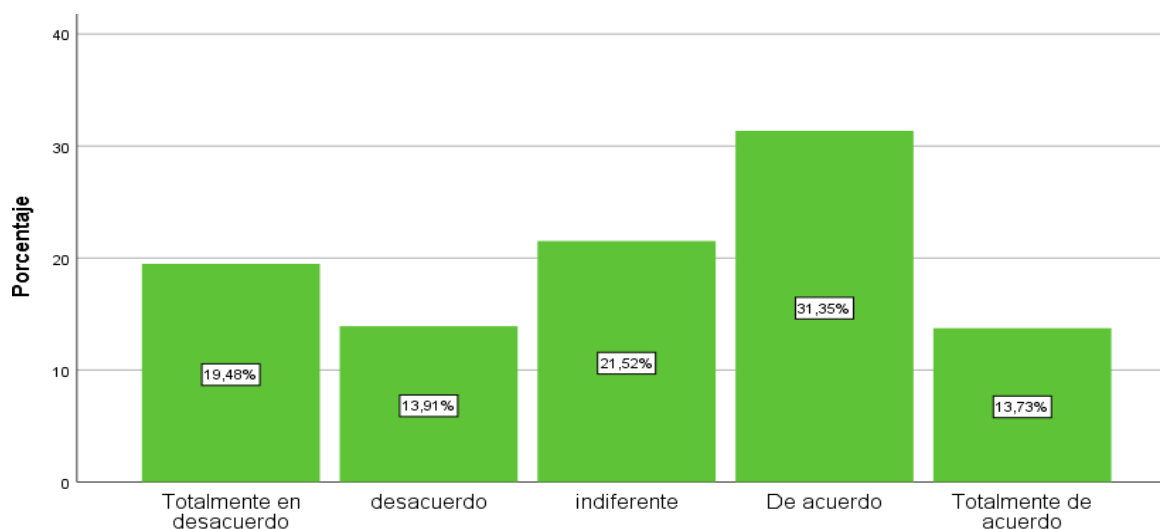
Formas de trabajo, personas y cultura digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	105	19,5	19,5	19,5
	desacuerdo	75	13,9	13,9	33,4
	indiferente	116	21,5	21,5	54,9
	De acuerdo	169	31,4	31,4	86,3
	Totalmente de acuerdo	74	13,7	13,7	100,0
	Total	539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 03 de variable de Transformación Digital

**Figura 3**

Formas de trabajo, personas y cultura digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 03 de variable de Transformación Digital

En la tabla 4 y figura 3, se observa Formas de trabajo, personas y cultura digital en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022. Los encuestados tienen una Transformación Digital tiene un porcentaje de totalmente en desacuerdo un porcentaje de (6.67%) a lo que se suma en desacuerdo (35,00%), a lo que se suma el ni acuerdo ni desacuerdo (1.67%). Solo el 23.33% dice de acuerdo y el 33.33% dice totalmente de acuerdo.

## Dimensión 04 de la variable de Transformación Digital

**Tabla 5**

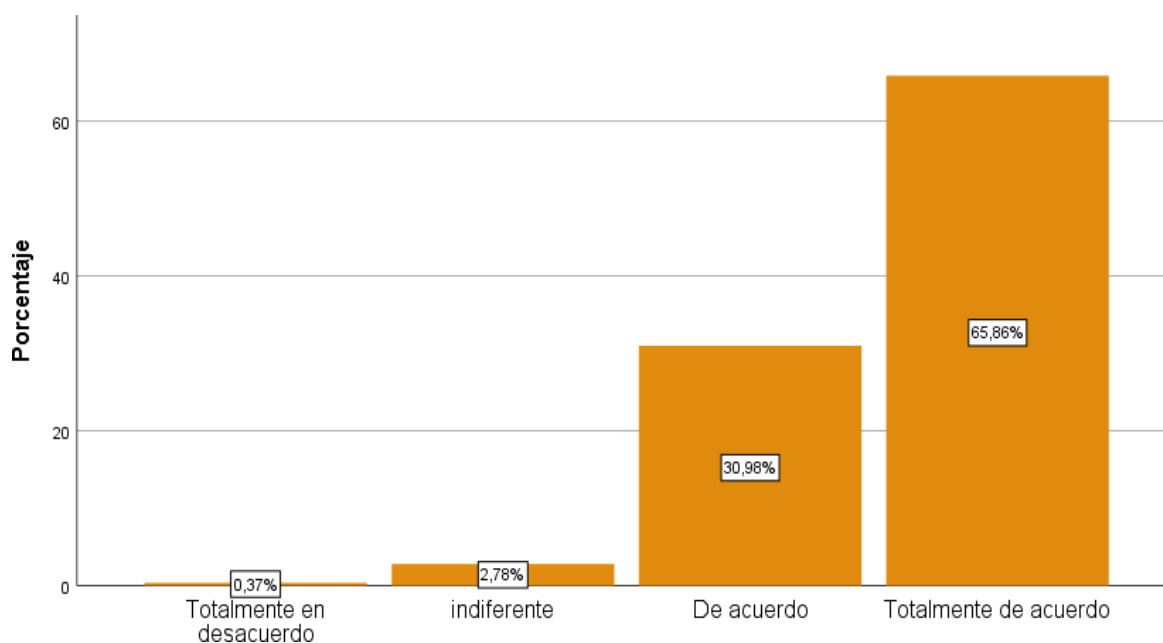
Digitalización de procesos y toma de decisiones en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	,4	,4	,4
	indiferente	15	2,8	2,8	3,2
	De acuerdo	167	31,0	31,0	34,1
	Totalmente de acuerdo	355	65,9	65,9	100,0
	Total	539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 04 de variable de Transformación Digital

**Figura 4**

Digitalización de procesos y toma de decisiones en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 04 de variable de Transformación Digital

En la tabla 5 y figura 4, se tiene de Digitalización de procesos y toma de decisiones en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022. Los encuestados tiene una Transformación Digital en estar totalmente en desacuerdo (0.37%), estando de acuerdo ni desacuerdo (2.78%). Y finalmente solo el 30.96% dice de acuerdo y el 65.96% dice totalmente de acuerdo.

## Dimensión 05 de la variable de Transformación Digital

**Tabla 6**

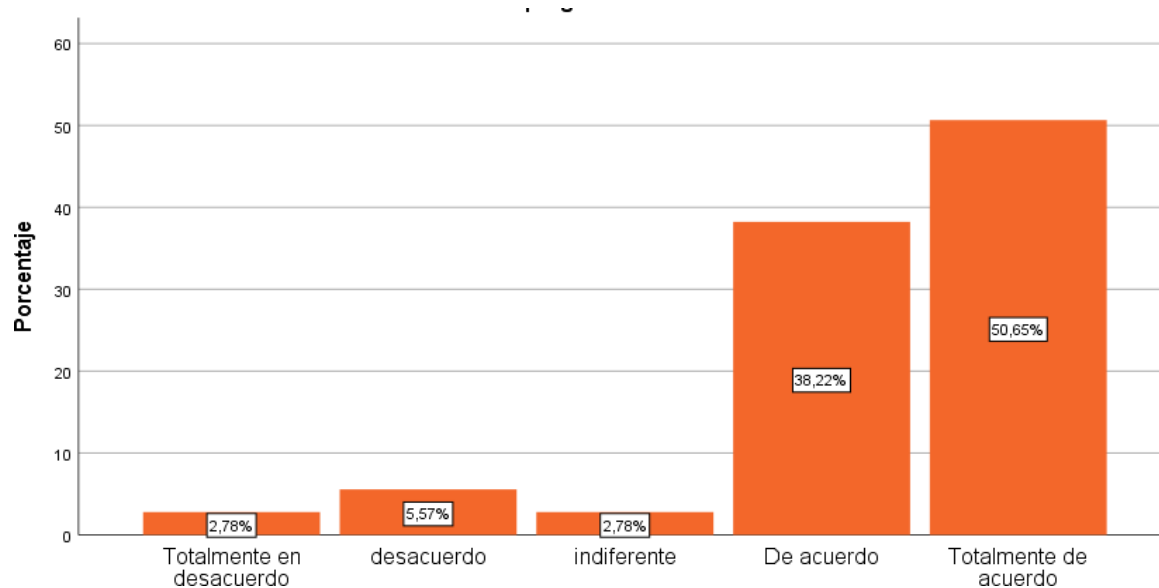
Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	2,8	2,8	2,8
	desacuerdo	30	5,6	5,6	8,3
	indiferente	15	2,8	2,8	11,1
	De acuerdo	206	38,2	38,2	49,4
	Totalmente de acuerdo	273	50,6	50,6	100,0
	Total	539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 05 de variable de Transformación Digital

**Figura 5**

Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 05 de variable de Transformación Digital

En la tabla 6 y figura 5, perciben el Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales en la Transformación Digital de una Institución Pública 2022, encuestados que el Transformación Digital tiene un porcentaje totalmente en desacuerdo (2,78%), y en desacuerdo (5,57%), asimismo en ni acuerdo ni desacuerdo (2,78%). Y finalmente solo el 38,22% dice de acuerdo y el 50,65% dice totalmente de acuerdo.

## Dimensión 01 de la variable de Gestión Del Servicio

**Tabla 7**

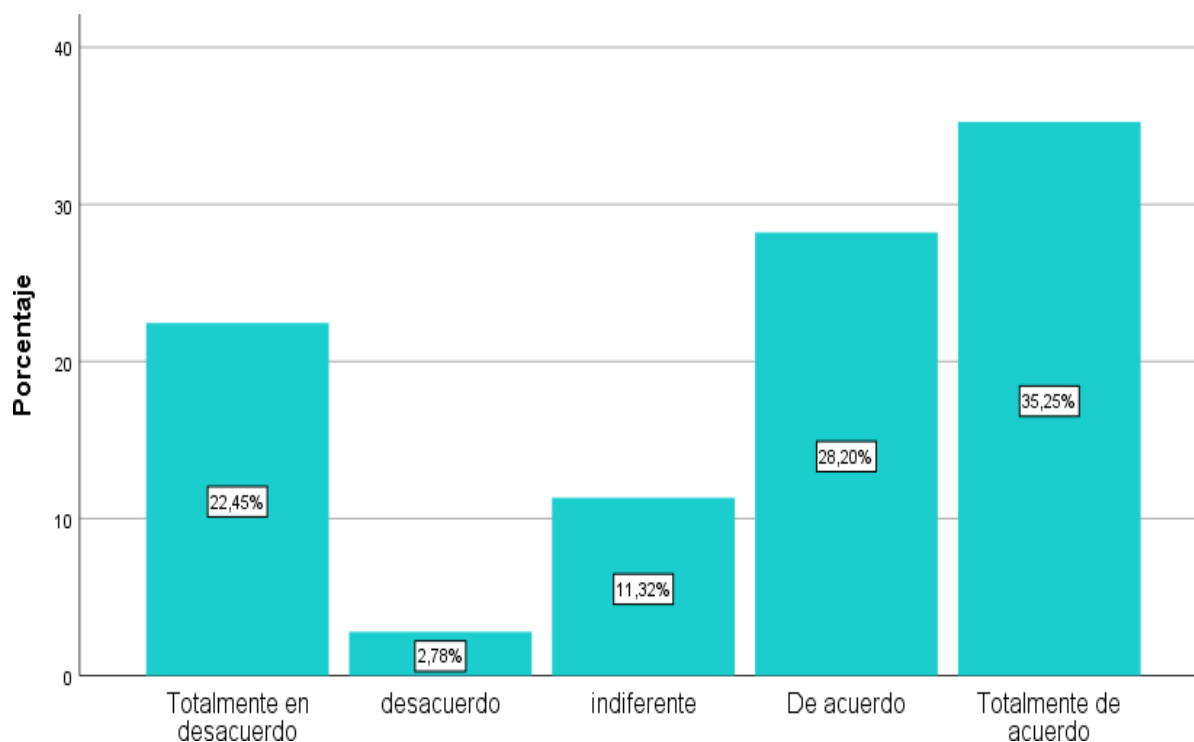
Calidad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	121	22,4	22,4	22,4
	desacuerdo	15	2,8	2,8	25,2
	indiferente	61	11,3	11,3	36,5
	De acuerdo	152	28,2	28,2	64,7
	Totalmente de acuerdo	190	35,3	35,3	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 01 de variable de Gestión Del Servicio

**Figura 6**

Calidad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 01 de variable de Gestión Del Servicio

En la tabla 7 y figura 6, perciben el: Calidad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022, encuestados que el Gestión Del Servicio tiene un porcentaje totalmente en desacuerdo (22.45%), y en desacuerdo (2,78%), asimismo en ni acuerdo ni desacuerdo (11.33%). Y finalmente solo el 28.20% dice de acuerdo y el 35.25% dice totalmente de acuerdo.

## Dimensión 02 de la variable de Gestión Del Servicio

**Tabla 8**

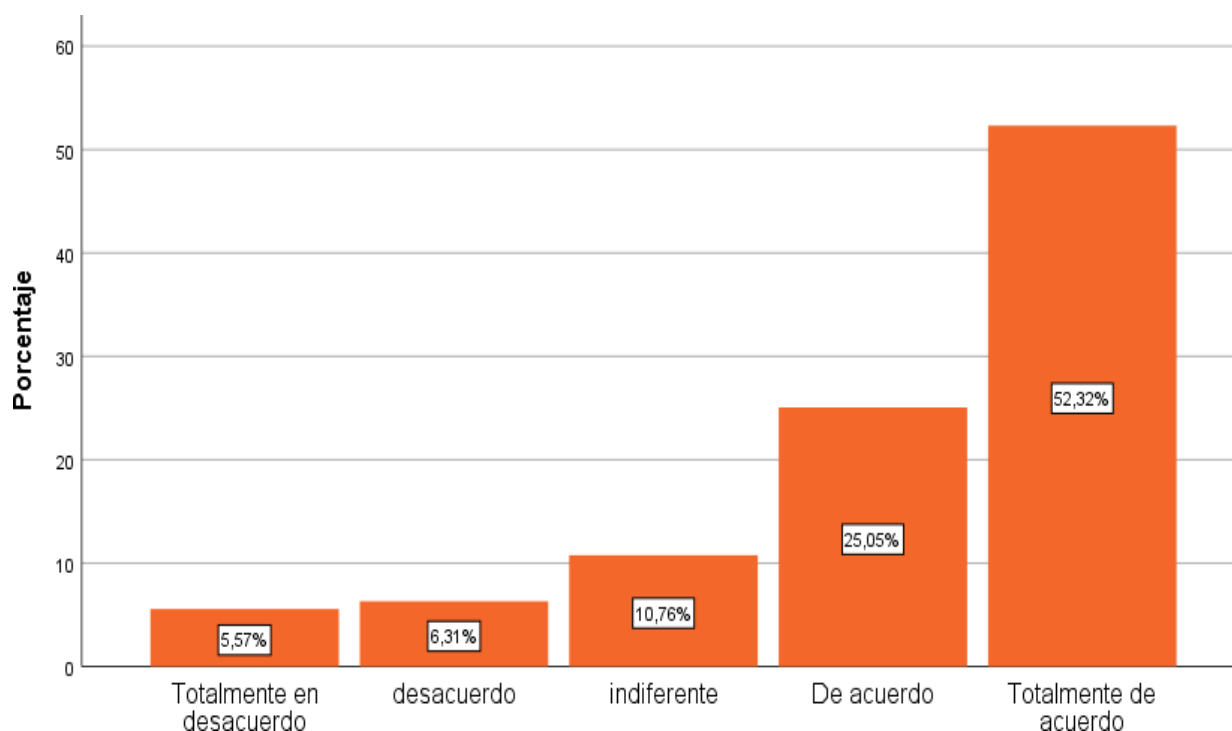
Satisfacción del usuario en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	5,6	5,6	5,6
	desacuerdo	34	6,3	6,3	11,9
	indiferente	58	10,8	10,8	22,6
	De acuerdo	135	25,0	25,0	47,7
	Totalmente de acuerdo	282	52,3	52,3	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 02 de variable de Gestión Del Servicio

**Figura 7**

Satisfacción del usuario en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 02 de variable de Gestión Del Servicio

En la tabla 8 y figura 7, perciben el: Satisfacción del usuario en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022, encuestados que el Gestión Del Servicio tiene un porcentaje totalmente en desacuerdo (5.57%), y en desacuerdo (6,31%), asimismo en ni acuerdo ni desacuerdo (10.76%). Y finalmente solo el 25.05% dice de acuerdo y el 52.32% dice totalmente de acuerdo.

### Dimensión 03 de la variable de Gestión Del Servicio

**Tabla 9**

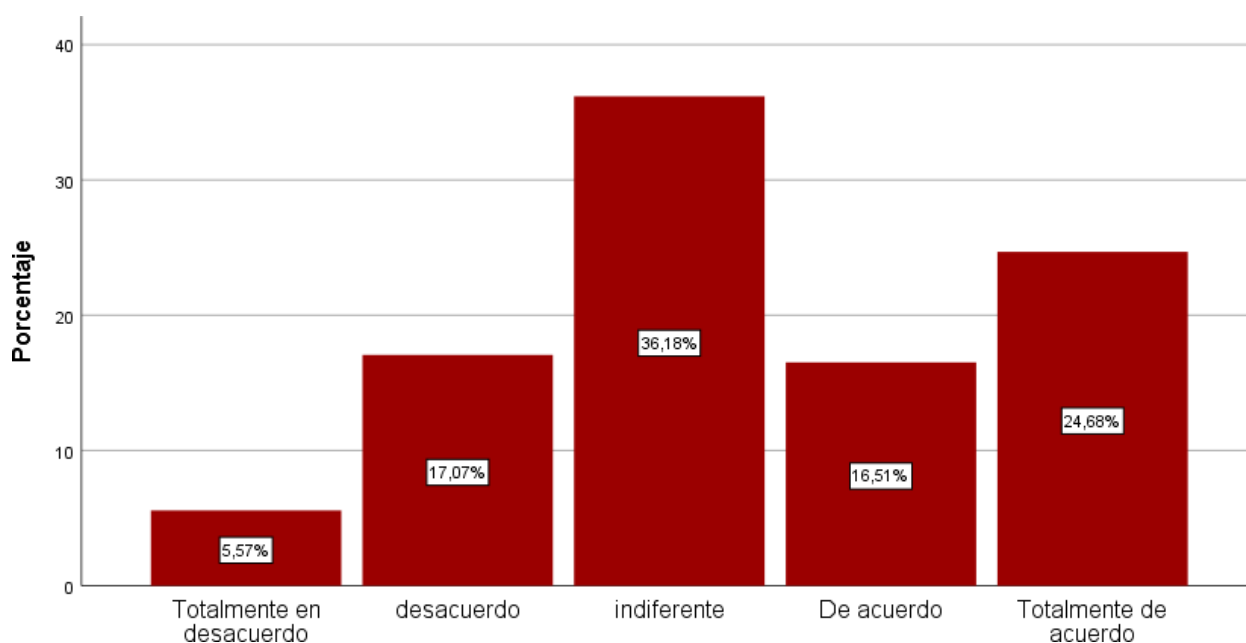
Eficiencia en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	5,6	5,6	5,6
	desacuerdo	92	17,1	17,1	22,6
	indiferente	195	36,2	36,2	58,8
	De acuerdo	89	16,5	16,5	75,3
	Totalmente de acuerdo	133	24,7	24,7	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 03 de variable de Gestión Del Servicio

**Figura 8**

Eficiencia en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 03 de variable de Gestión Del Servicio

En la tabla 9 y figura 8, perciben el: Eficiencia en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022, encuestados que el Gestión Del Servicio tiene un porcentaje totalmente en desacuerdo (5.57%), y en desacuerdo (17,07%), asimismo en ni acuerdo ni desacuerdo (36.16%). Y finalmente solo el 16.51% dice de acuerdo y el 24.88% dice totalmente de acuerdo.

## Dimensión 04 de la variable de Gestión Del Servicio

**Tabla 10**

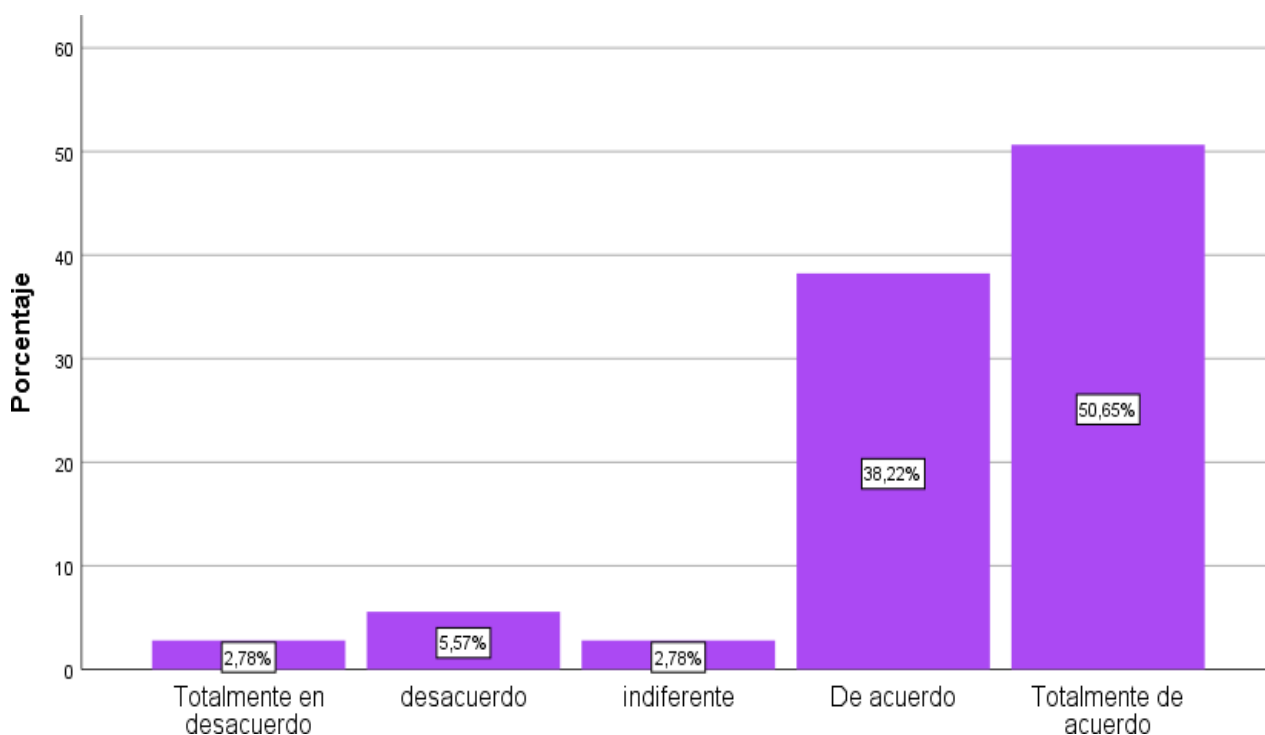
Comunicación en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	2,8	2,8	2,8
	desacuerdo	30	5,6	5,6	8,3
	indiferente	15	2,8	2,8	11,1
	De acuerdo	206	38,2	38,2	49,4
	Totalmente de acuerdo	273	50,6	50,6	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 04 de variable de Gestión Del Servicio

**Figura 9**

Comunicación en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 04 de variable de Gestión Del Servicio

En la tabla 10 y figura 9, perciben el: Comunicación en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022, encuestados que el Gestión Del Servicio tiene un porcentaje totalmente en desacuerdo (2,78%), y en desacuerdo (5,57%), asimismo en ni acuerdo ni desacuerdo (2,78%). Y finalmente solo el 36,22% dice de acuerdo y el 50,85% dice totalmente de acuerdo.

## Dimensión 05 de la variable de Gestión Del Servicio

**Tabla 11**

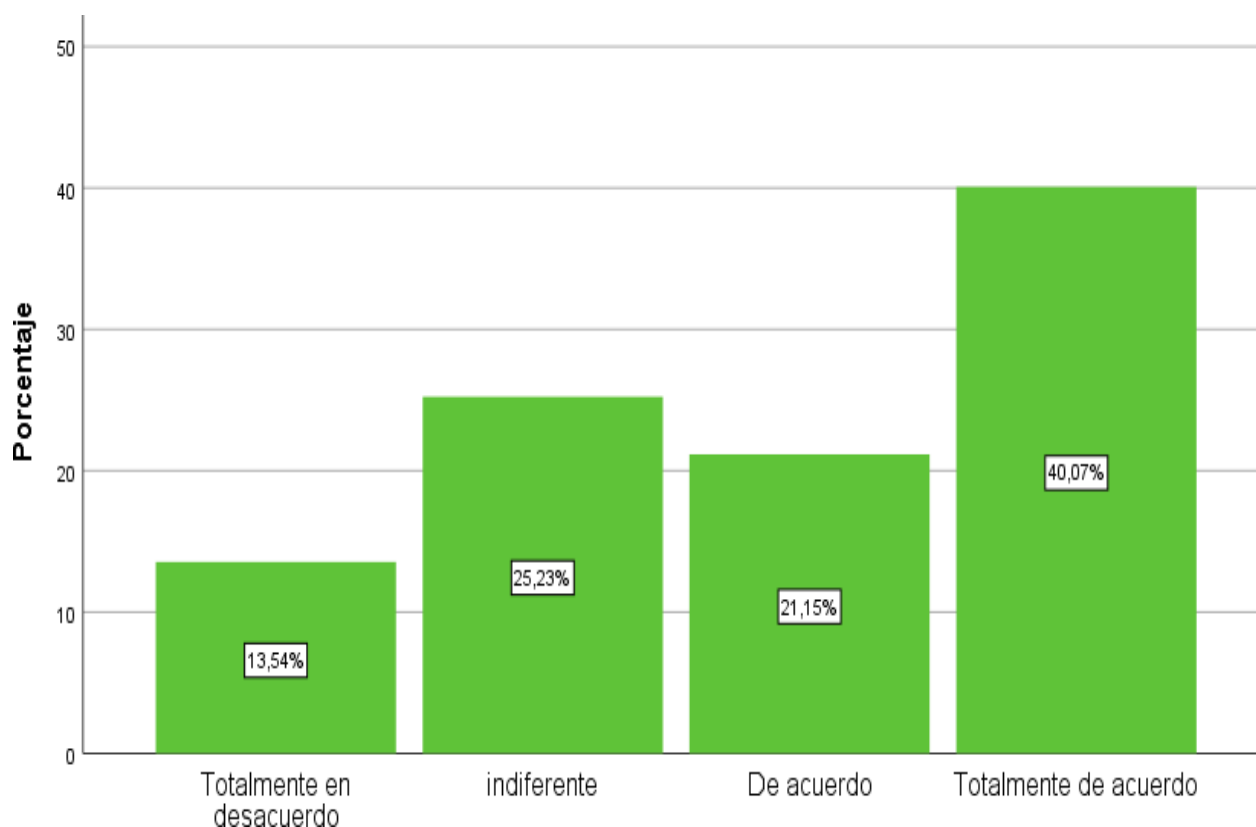
Efectividad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	73	13,5	13,5	13,5
	indiferente	136	25,2	25,2	38,8
	De acuerdo	114	21,2	21,2	59,9
	Totalmente de acuerdo	216	40,1	40,1	100,0
	Total	539	100,0	100,0	

Nota. Descripción de la dimensión 05 de variable de Gestión Del Servicio

**Figura 10**

Efectividad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022



Nota. Descripción de la dimensión 05 de variable de Gestión Del Servicio

En la tabla 11 y figura 10, perciben el: Efectividad en la Gestión Del Servicio de una Institución Pública 2022, encuestados que el Gestión Del Servicio tiene un porcentaje totalmente en desacuerdo (13.54%), y en desacuerdo (25,23%), asimismo en ni acuerdo ni desacuerdo (21.15%). Y finalmente solo el 40.07% dice totalmente de acuerdo.

## Variable Independiente: Transformación Digital

Items.

Tabla 12

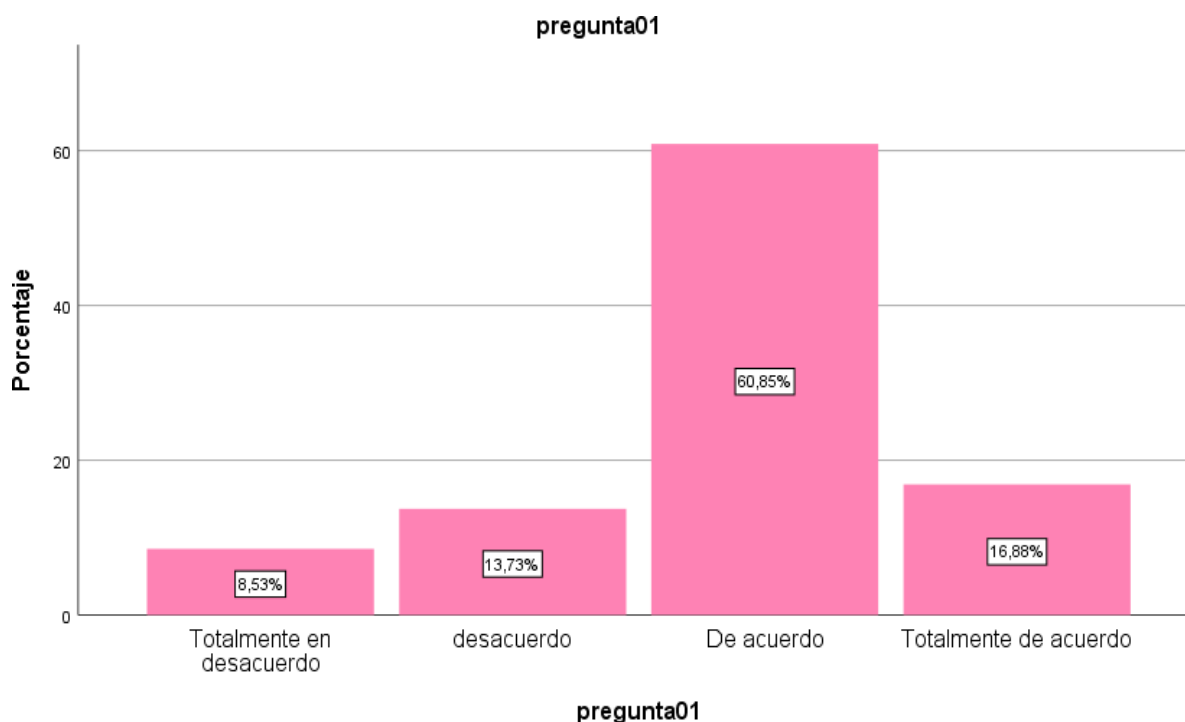
Pregunta 01

		pregunta01			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	46	8,5	8,5	8,5
	desacuerdo	74	13,7	13,7	22,3
	De acuerdo	328	60,9	60,9	83,1
	Totalmente de acuerdo	91	16,9	16,9	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 01

Figura 11

Pregunta 01



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 01

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 60.85% dijeron de acuerdo sobre la pregunta: ¿Usted considera que las estrategias son importantes para mejorar los resultados con relación a la atención eficiente al usuario? y el 8.53% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 13**

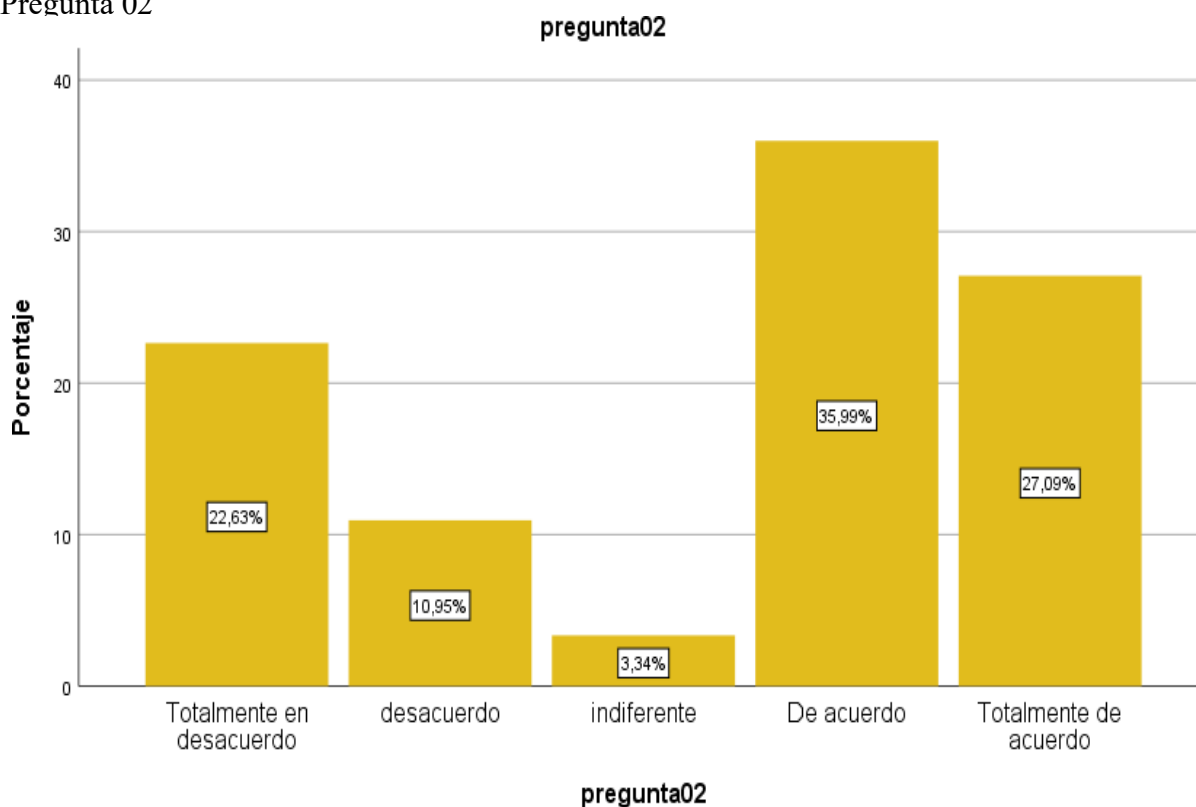
Pregunta 02

		pregunta02			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	122	22,6	22,6	22,6
	desacuerdo	59	10,9	10,9	33,6
	indiferente	18	3,3	3,3	36,9
	De acuerdo	194	36,0	36,0	72,9
	Totalmente de acuerdo	146	27,1	27,1	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 02

**Figura 12**

Pregunta 02



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 02

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 35.99% dijeron de acuerdo a la pregunta: ¿Usted considera que recibe un justo tratamiento de datos? y el 3.34% dijeron indiferente.

**Tabla 14**

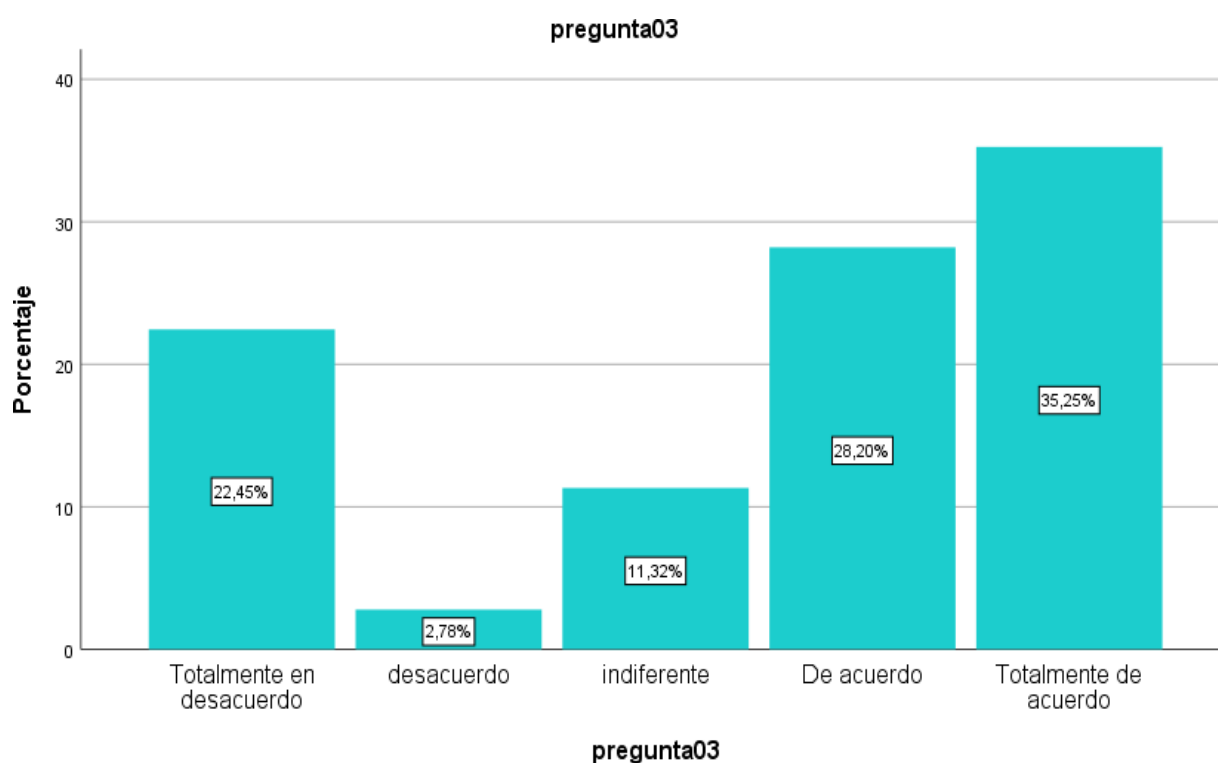
Pregunta 03

		<b>pregunta03</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	121	22,4	22,4	22,4
	desacuerdo	15	2,8	2,8	25,2
	indiferente	61	11,3	11,3	36,5
	De acuerdo	152	28,2	28,2	64,7
	Totalmente de acuerdo	190	35,3	35,3	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 03

**Figura 13**

Pregunta 03



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 03

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados se observa que el 35.25% afirmaron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Se encuentran cuellos de botella o demoras en el cumplimiento de requerimientos del usuario? y el 2.78% dijeron desacuerdo.

**Tabla 15**

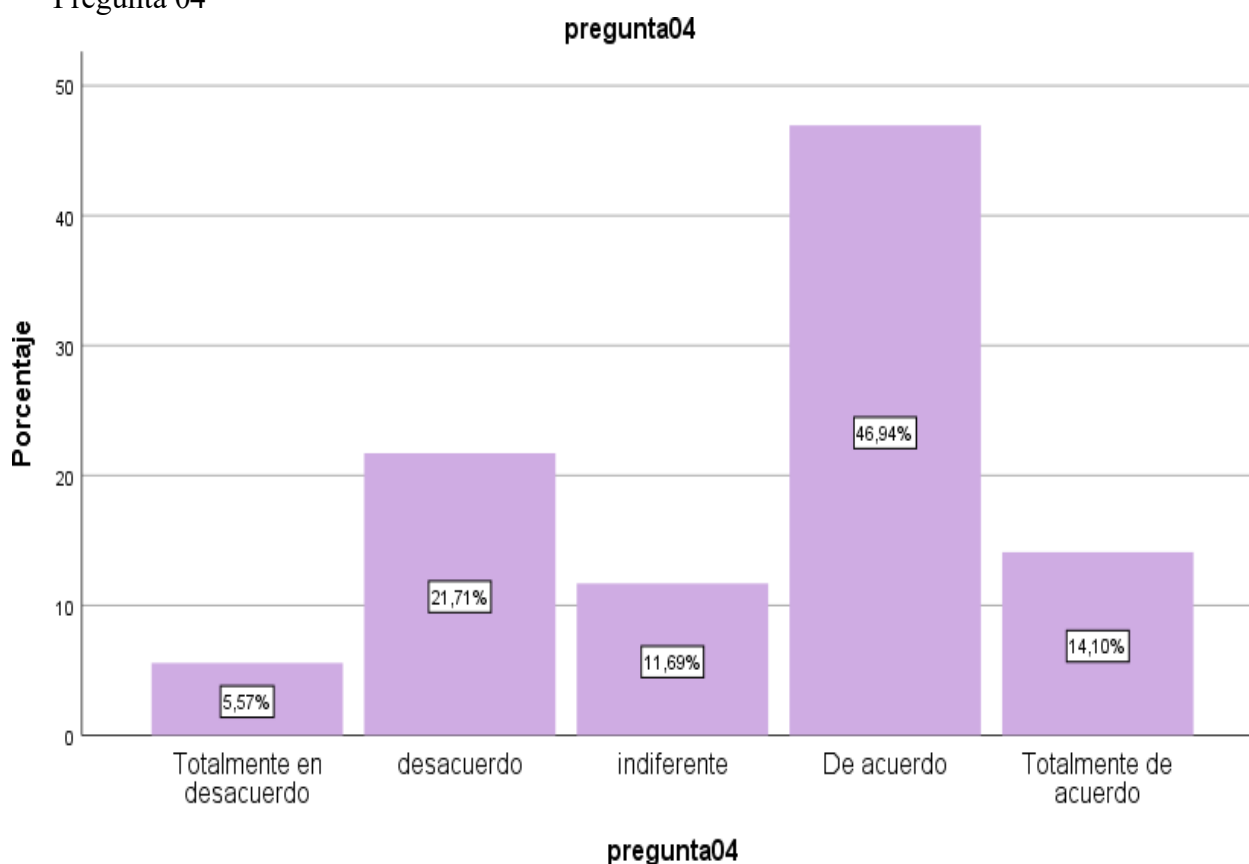
Pregunta 04

		<b>pregunta04</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	5,6	5,6	5,6
	desacuerdo	117	21,7	21,7	27,3
	indiferente	63	11,7	11,7	39,0
	De acuerdo	253	46,9	46,9	85,9
	Totalmente de acuerdo	76	14,1	14,1	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 04

**Figura 14**

Pregunta 04



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 04

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados se observa que el 46.94% dijeron de acuerdo a la pregunta: ¿Usted considera que la capacidad de identificación con los usuarios es importante para alcanzar a satisfacerlos? Y el 5.57% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 16**

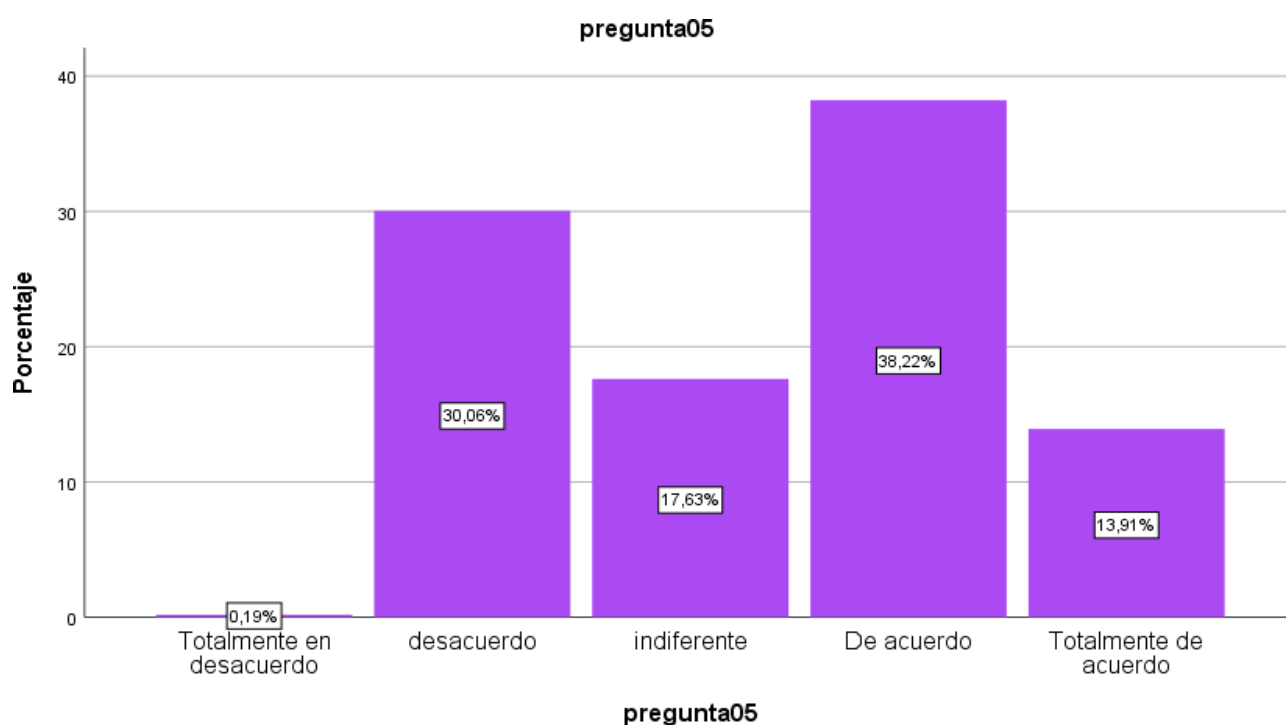
Pregunta 05

		pregunta05			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,2	,2	,2
	desacuerdo	162	30,1	30,1	30,2
	indiferente	95	17,6	17,6	47,9
	De acuerdo	206	38,2	38,2	86,1
	Totalmente de acuerdo	75	13,9	13,9	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 05

**Figura 15**

Pregunta 05



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 05

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 38.22% dijeron de acuerdo a la pregunta: ¿Usted considera que la capacidad de solución es óptima? y el 13.91% dijeron totalmente de acuerdo.

**Tabla 17**

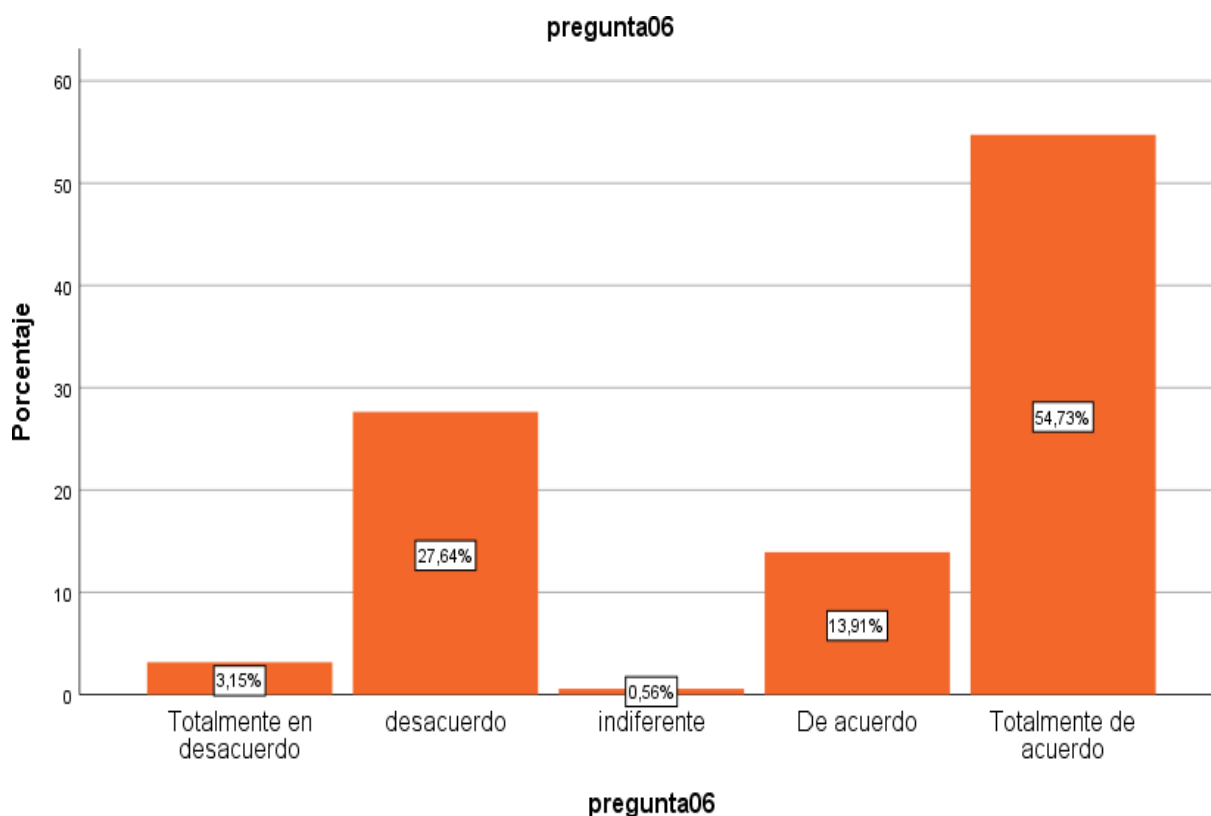
Pregunta 06

		<b>pregunta06</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	3,2	3,2	3,2
	desacuerdo	149	27,6	27,6	30,8
	indiferente	3	,6	,6	31,4
	De acuerdo	75	13,9	13,9	45,3
	Totalmente de acuerdo	295	54,7	54,7	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 06

**Figura 16**

Pregunta 06



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 06

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 54.79% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: muy conforme sobre la pregunta: ¿Usted considera que dentro del área de gestión de servicio se desarrolla un proceso de comunicación de manera efectiva? y el 3.15% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 18**

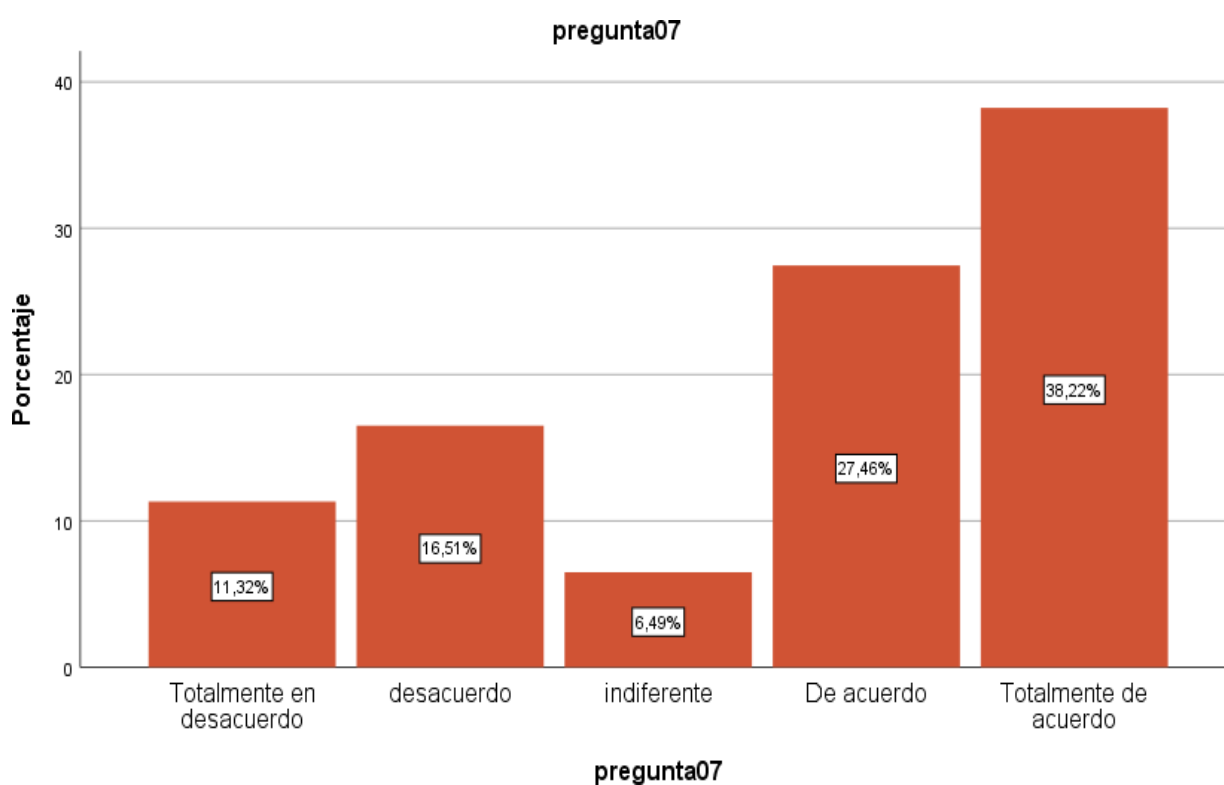
Pregunta 07

		<b>pregunta07</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	61	11,3	11,3	11,3
	desacuerdo	89	16,5	16,5	27,8
	indiferente	35	6,5	6,5	34,3
	De acuerdo	148	27,5	27,5	61,8
	Totalmente de acuerdo	206	38,2	38,2	100,0
<b>Total</b>		<b>539</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 07

**Figura 17**

Pregunta 07



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 07

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 38.22% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Consideras que la institución cuenta con un sistema que brinde información de los servicios que ofrece? y el 6.49% dijeron indiferente.

**Tabla 19**

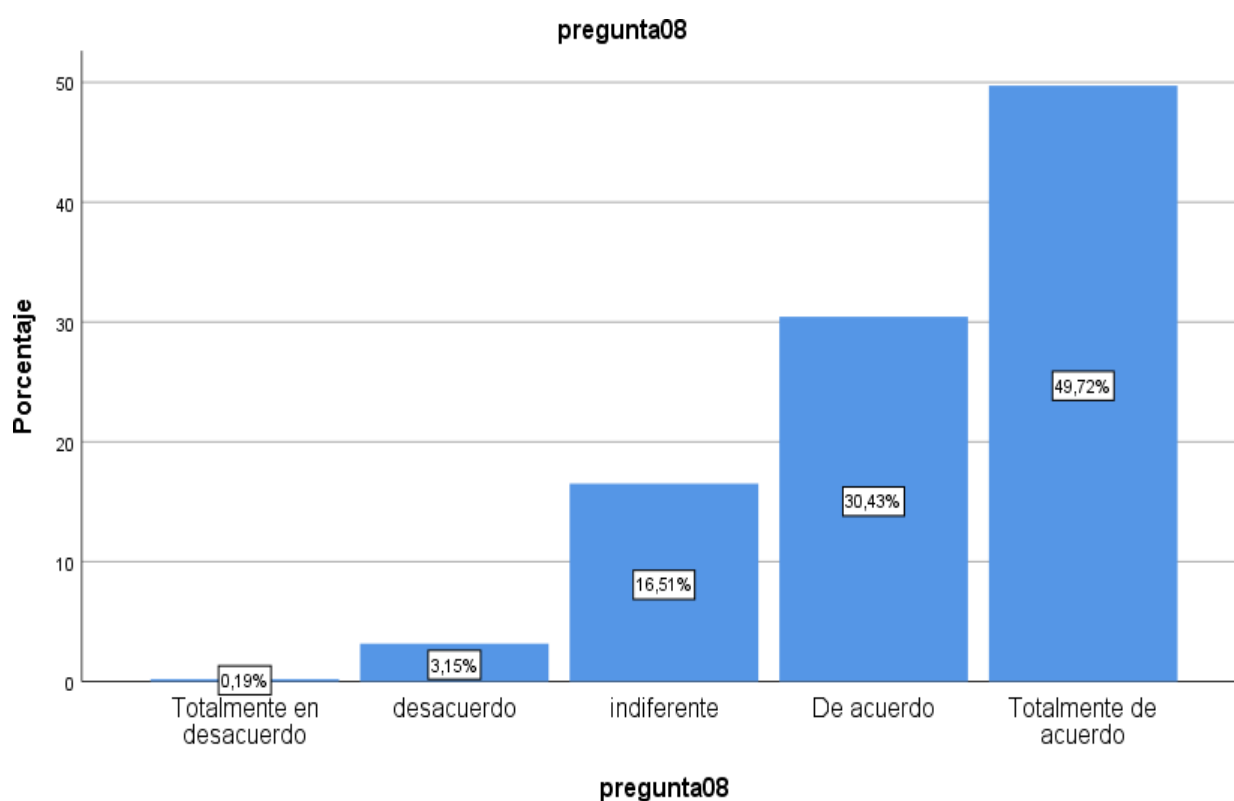
Pregunta 08

		<b>pregunta08</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,2	,2	,2
	desacuerdo	17	3,2	3,2	3,3
	indiferente	89	16,5	16,5	19,9
	De acuerdo	164	30,4	30,4	50,3
	Totalmente de acuerdo	268	49,7	49,7	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 08

**Figura 18**

Pregunta 08



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 08

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 49.72% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Usted considera que existe responsabilidad en la seguridad de la información por parte de la Institución? y el 3.15% dijeron indiferente.

**Tabla 20**

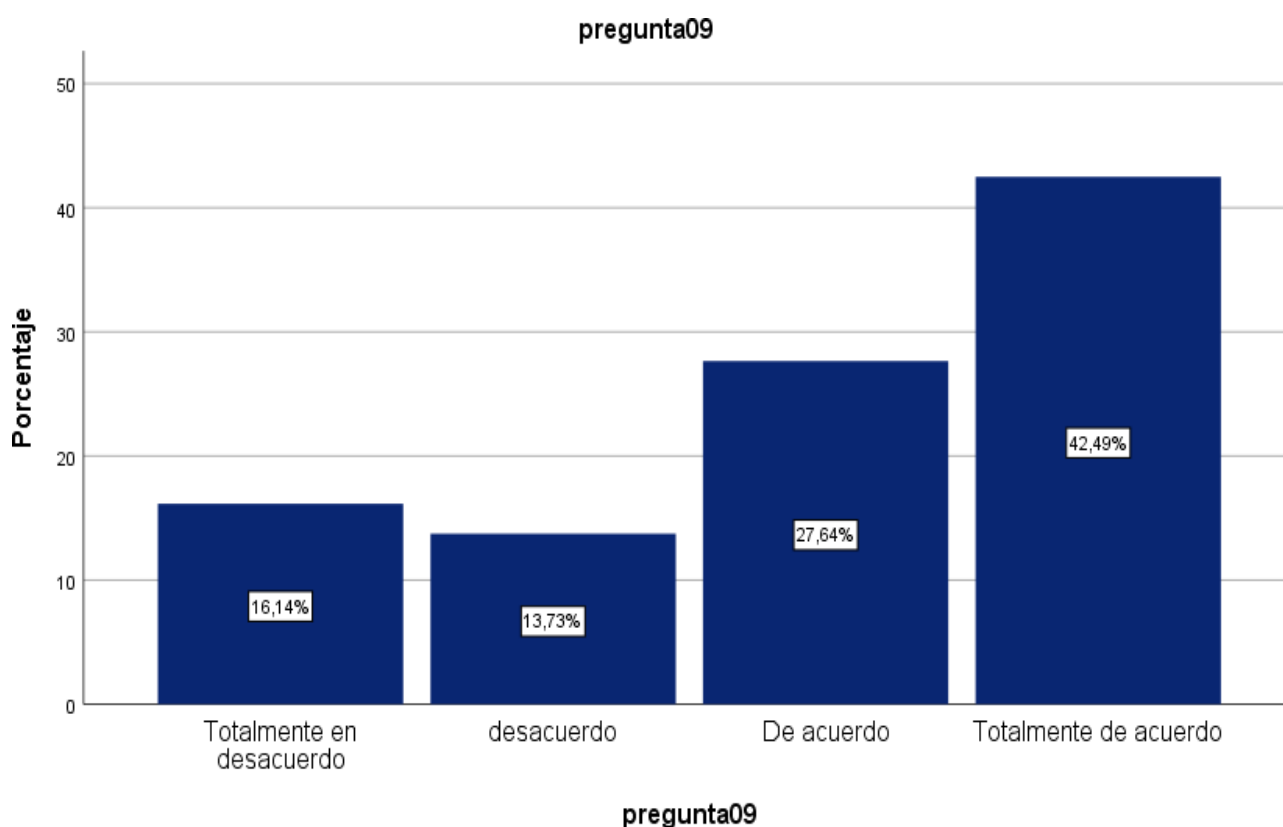
Pregunta 09

		<b>pregunta09</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	87	16,1	16,1	16,1
	desacuerdo	74	13,7	13,7	29,9
	De acuerdo	149	27,6	27,6	57,5
	Totalmente de acuerdo	229	42,5	42,5	100,0
<b>Total</b>		<b>539</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 09

**Figura 19**

Pregunta 09



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 09

**INTERPRETACION.** De los 539 encuestados el 42.49% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Considera que la seguridad que se le otorga a los datos es eficiente? y el 13.73% dijeron desacuerdo.

**Tabla 21**

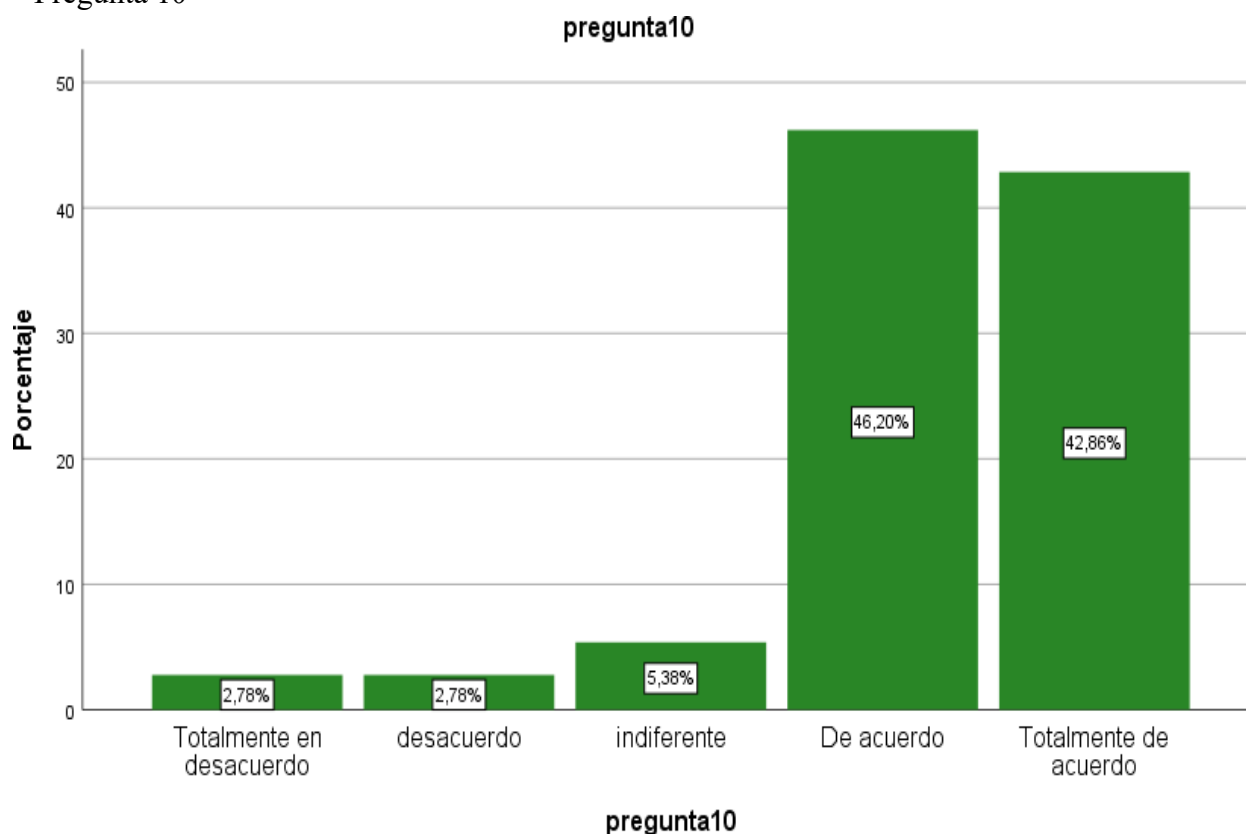
Pregunta 10

		<b>pregunta10</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	2,8	2,8	2,8
	desacuerdo	15	2,8	2,8	5,6
	indiferente	29	5,4	5,4	10,9
	De acuerdo	249	46,2	46,2	57,1
	Totalmente de acuerdo	231	42,9	42,9	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 10

**Figura 20**

Pregunta 10



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 10

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 46.20% dijeron de acuerdo a la pregunta: ¿Consideras que la institución cuenta con un sistema informático que brinde ayuda al usuario? y el 2.78% dijeron totalmente en desacuerdo.

**VARIABLE DEPENDIENTE: LA GESTIÓN**

**Tabla 22**

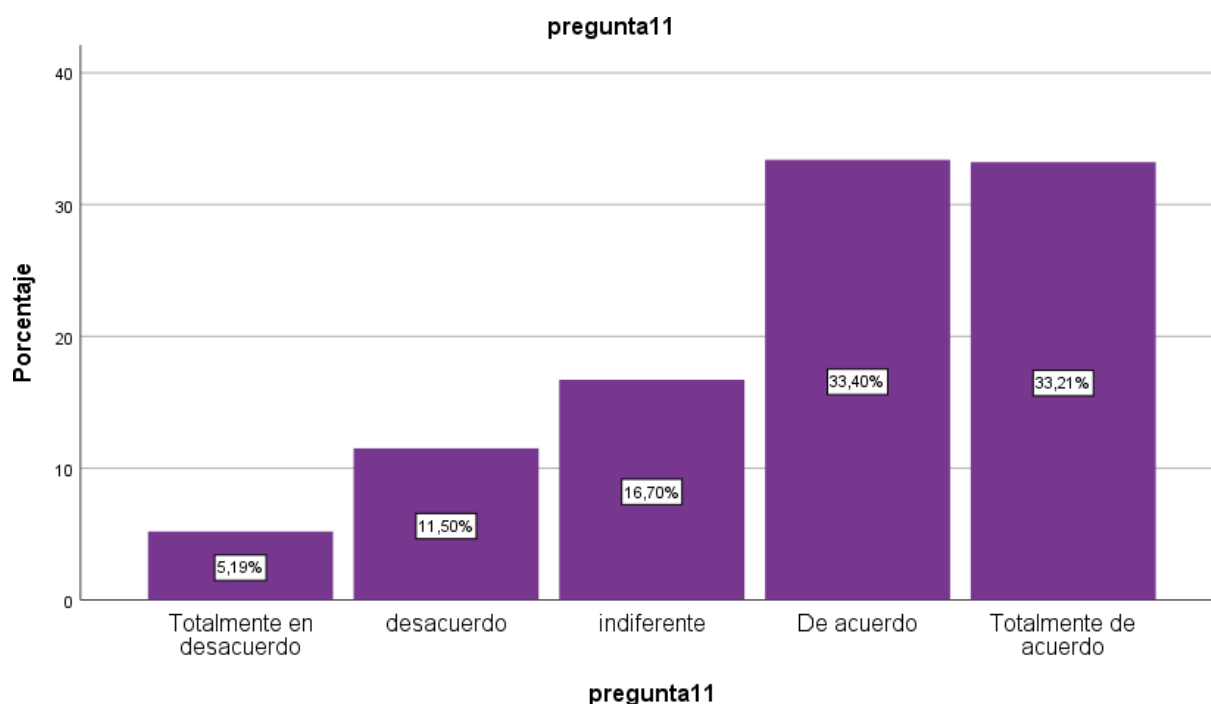
Pregunta 11

		<b>pregunta11</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	28	5,2	5,2	5,2
	desacuerdo	62	11,5	11,5	16,7
	indiferente	90	16,7	16,7	33,4
	De acuerdo	180	33,4	33,4	66,8
	Totalmente de acuerdo	179	33,2	33,2	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 11

**Figura 21**

Pregunta 11



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 11

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 33.21% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Usted considera que todos los trabajadores tienen capacidad de respuesta inmediata? y el 5.19% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 23**

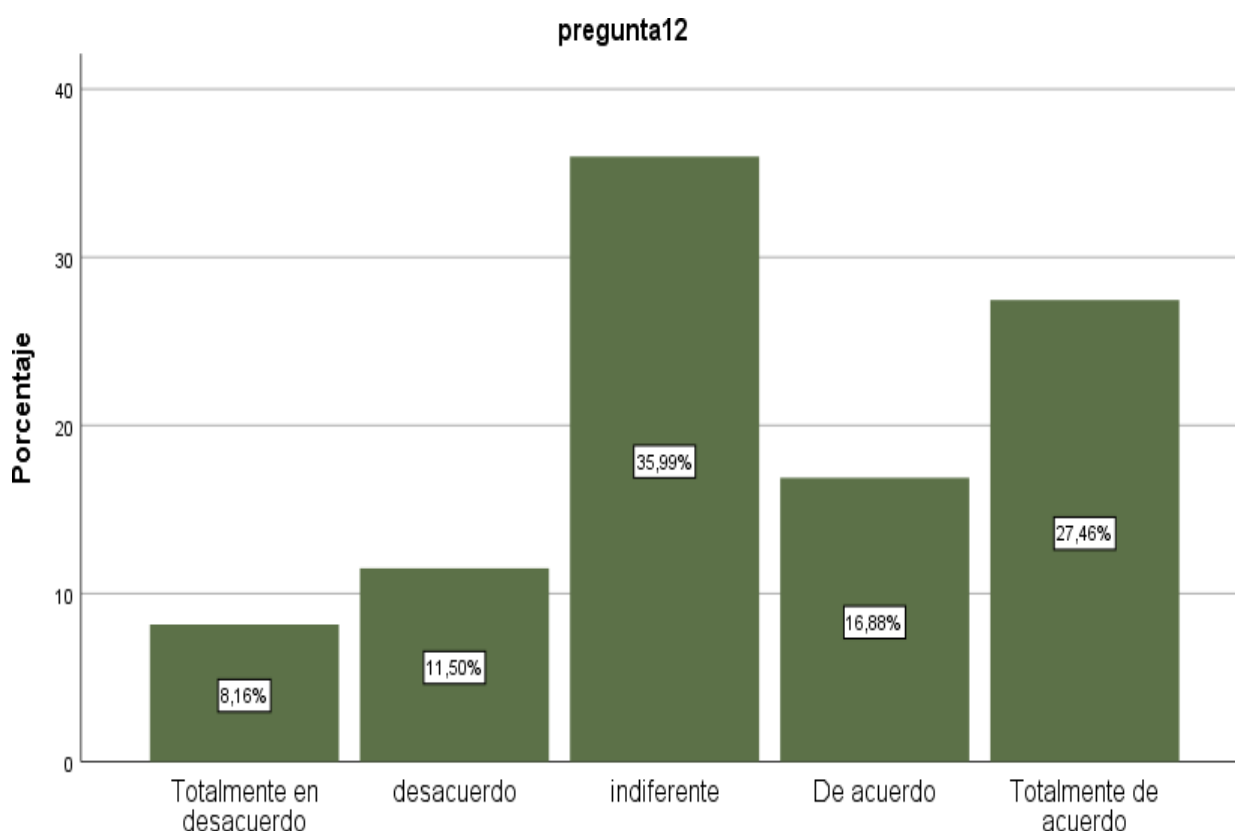
Pregunta 12

		<b>pregunta12</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	44	8,2	8,2	8,2
	desacuerdo	62	11,5	11,5	19,7
	indiferente	194	36,0	36,0	55,7
	De acuerdo	91	16,9	16,9	72,5
	Totalmente de acuerdo	148	27,5	27,5	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 12

**Figura 22**

Pregunta 12



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 12

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 35.99% dijeron indiferente a la pregunta ¿Usted considera que se le brinda la información necesaria para completar su requerimiento? y el 8.16% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 24**

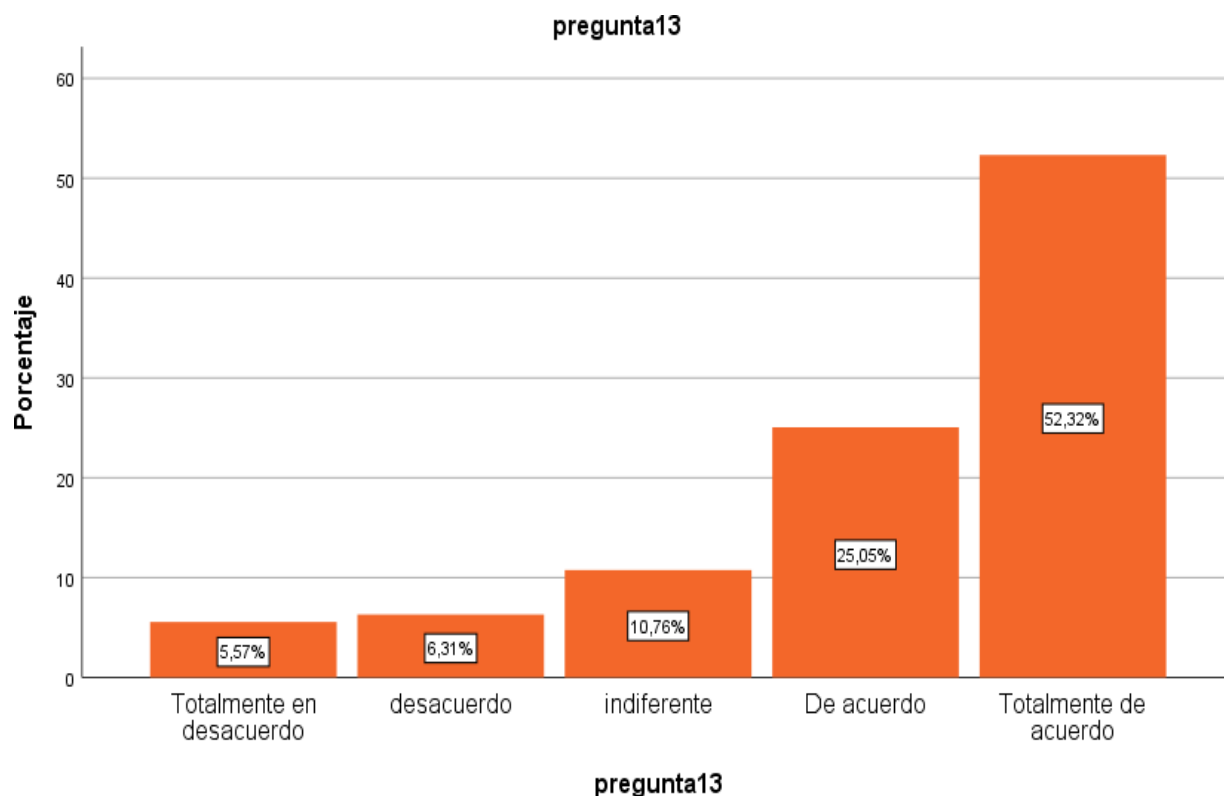
Pregunta 13

		<b>pregunta13</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	5,6	5,6	5,6
	desacuerdo	34	6,3	6,3	11,9
	indiferente	58	10,8	10,8	22,6
	De acuerdo	135	25,0	25,0	47,7
	Totalmente de acuerdo	282	52,3	52,3	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 13

**Figura 1**

Pregunta 13



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 13

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 52.32% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Usted considera que recibe una justa atención por parte de la empresa? y el 5.57% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 25**

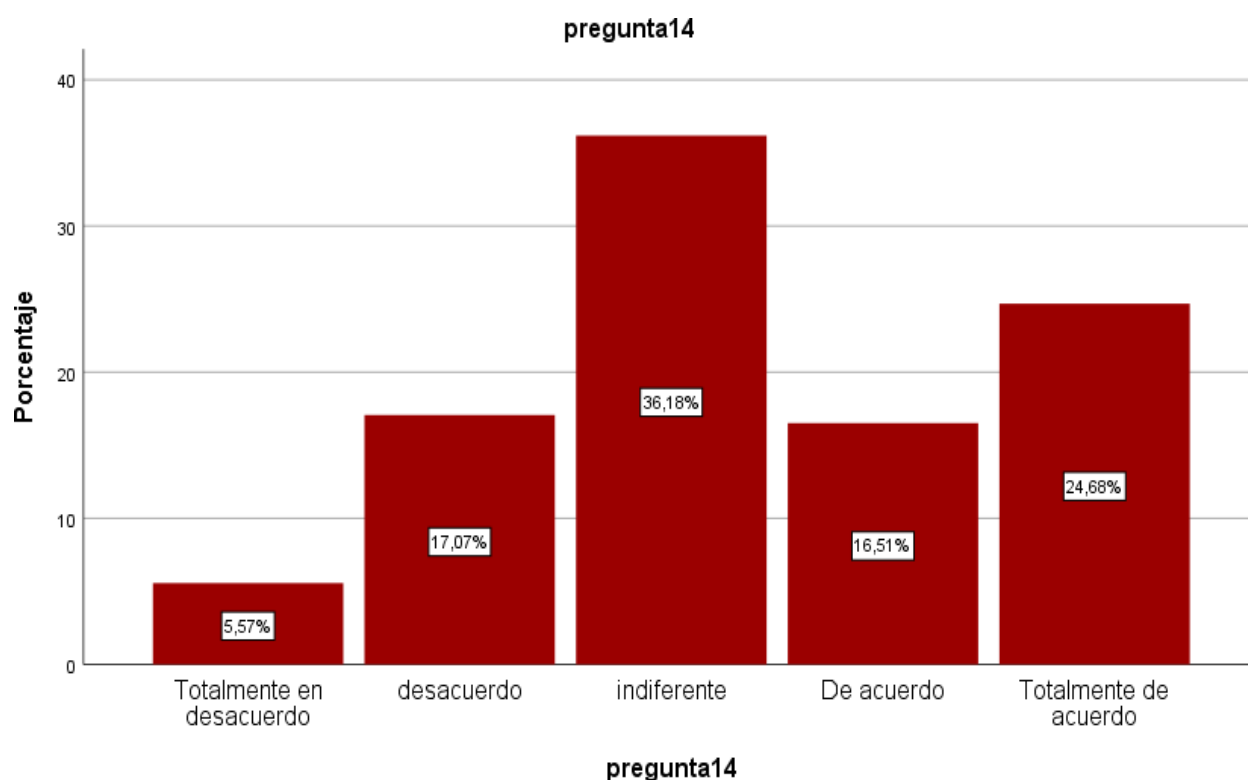
Pregunta 14

		<b>pregunta14</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	5,6	5,6	5,6
	desacuerdo	92	17,1	17,1	22,6
	indiferente	195	36,2	36,2	58,8
	De acuerdo	89	16,5	16,5	75,3
	Totalmente de acuerdo	133	24,7	24,7	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 14

**Figura 23**

Pregunta 14



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 14

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 36.18% dijeron indiferente a la pregunta: ¿Los ambientes de trabajo logran cubrir sus expectativas personales? y el 5.57% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 26**

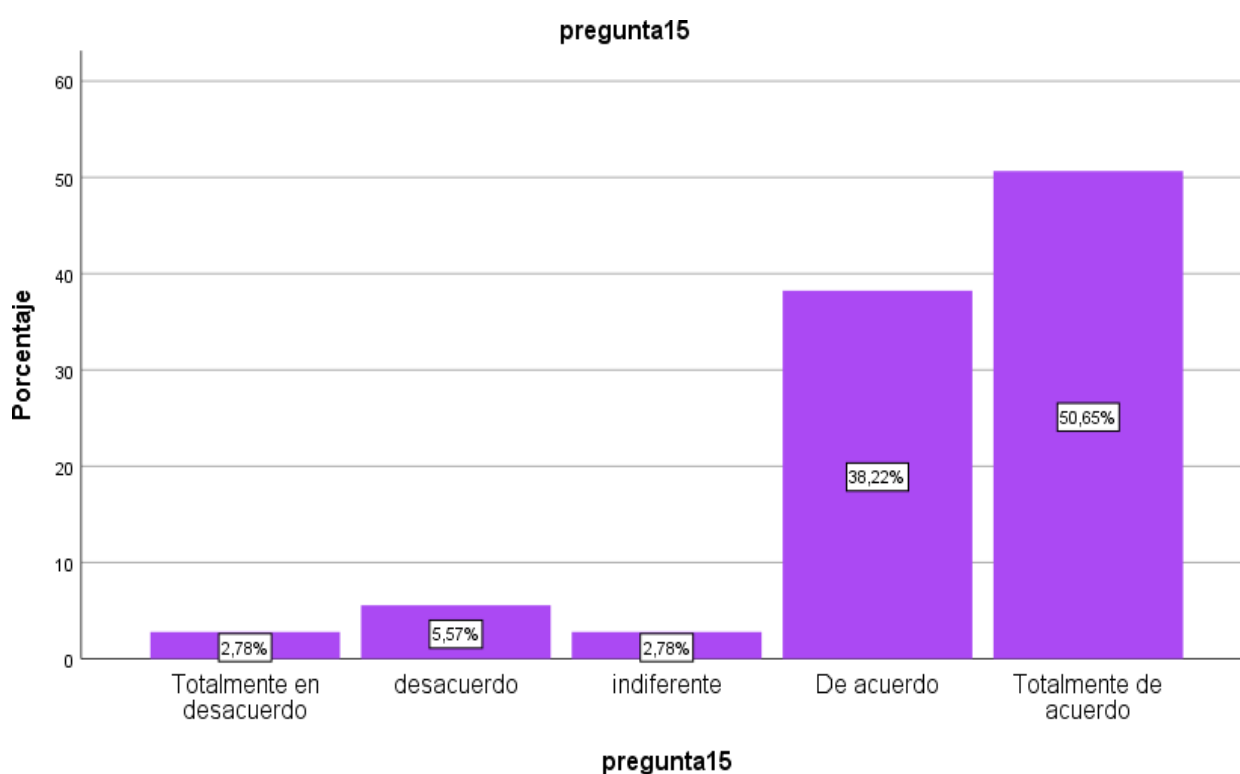
Pregunta 15

		<b>pregunta15</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	2,8	2,8	2,8
	desacuerdo	30	5,6	5,6	8,3
	indiferente	15	2,8	2,8	11,1
	De acuerdo	206	38,2	38,2	49,4
	Totalmente de acuerdo	273	50,6	50,6	100,0
<b>Total</b>		<b>539</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 15

**Figura 24**

Pregunta 15



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 15

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 50.65% dijeron totalmente en desacuerdo a la pregunta: ¿Usted considera que los trabajadores les da la información necesaria del servicio de interés? y el 2.78% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 27**

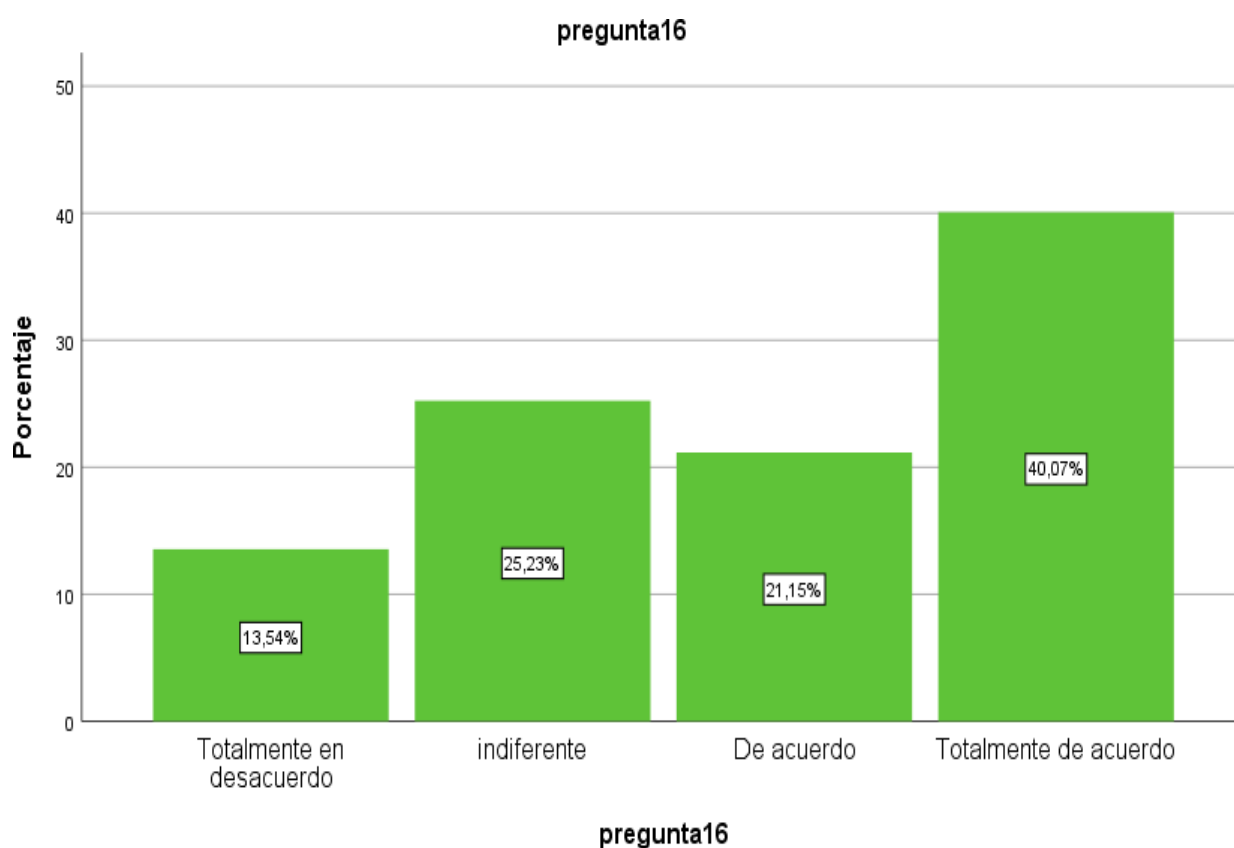
Pregunta 16

		<b>pregunta16</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	73	13,5	13,5	13,5
	indiferente	136	25,2	25,2	38,8
	De acuerdo	114	21,2	21,2	59,9
	Totalmente de acuerdo	216	40,1	40,1	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 16

**Figura 25**

Pregunta 16



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 16

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 40.07% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Usted considera que los trabajadores cumplen sus funciones de manera eficiente? y el 13.54% dijeron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 28**

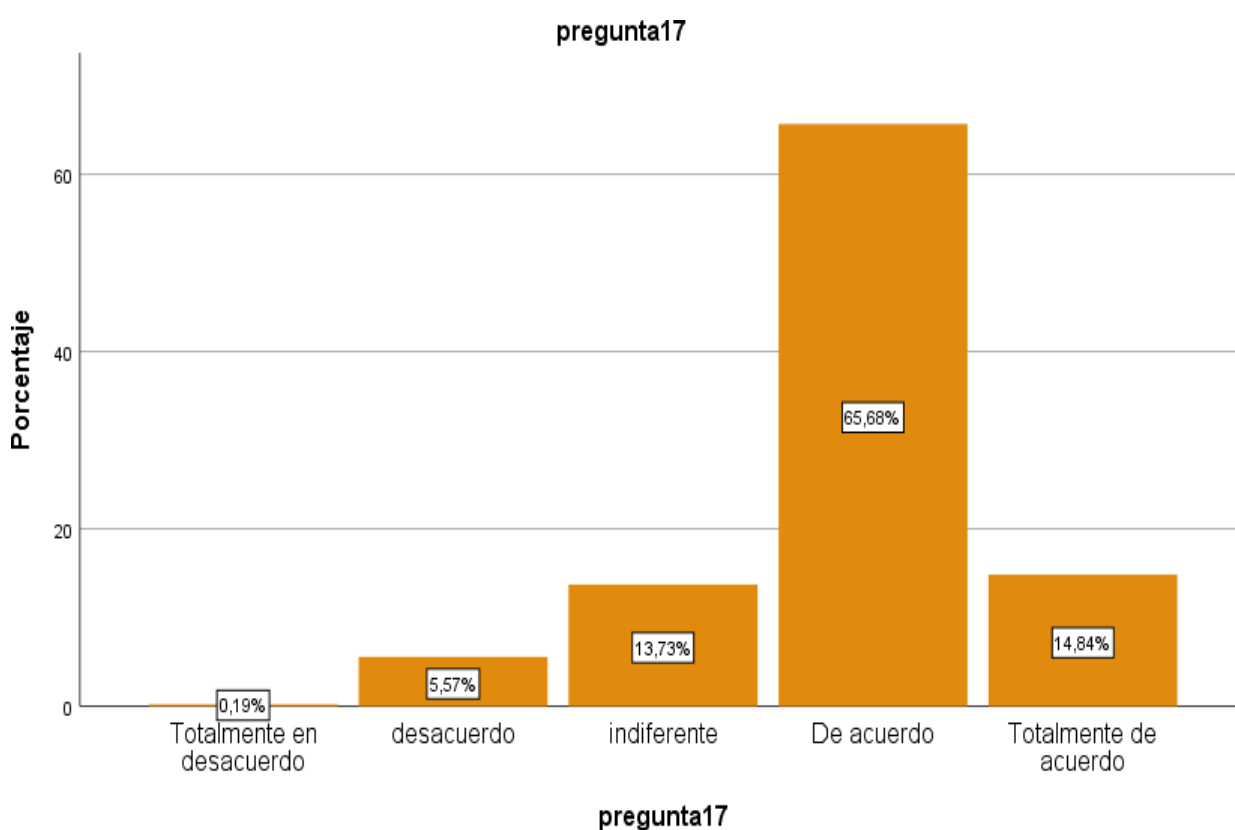
Pregunta 17

		<b>pregunta17</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,2	,2	,2
	desacuerdo	30	5,6	5,6	5,8
	indiferente	74	13,7	13,7	19,5
	De acuerdo	354	65,7	65,7	85,2
	Totalmente de acuerdo	80	14,8	14,8	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 17

**Figura 26**

Pregunta 17



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 17

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 65.68% dijeron de acuerdo a la pregunta: ¿Considera que la atención es empática con el usuario? y el 5.57% dijeron desacuerdo.

**Tabla 29**

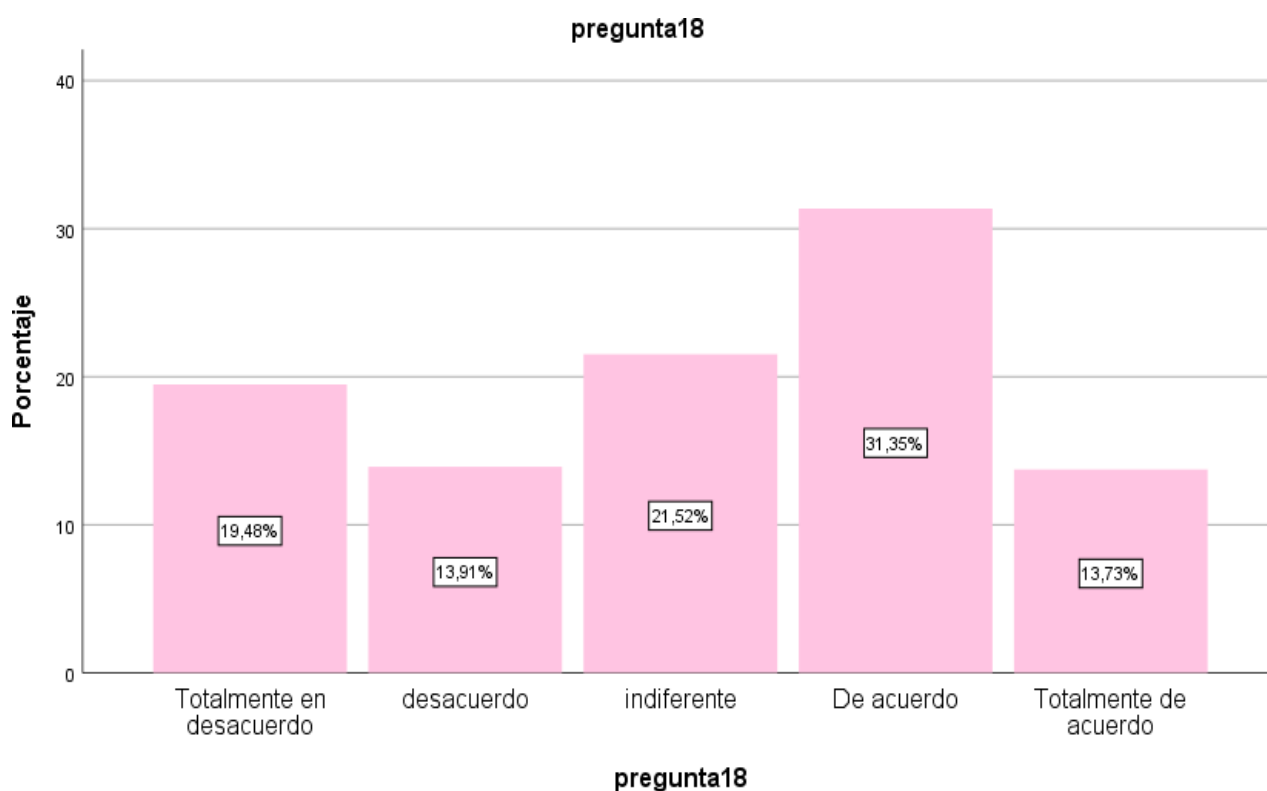
Pregunta 18

		<b>pregunta18</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	105	19,5	19,5	19,5
	desacuerdo	75	13,9	13,9	33,4
	indiferente	116	21,5	21,5	54,9
	De acuerdo	169	31,4	31,4	86,3
	Totalmente de acuerdo	74	13,7	13,7	100,0
Total		539	100,0	100,0	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 18

**Figura 27**

Pregunta 18



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 18

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 31.36% dijeron de acuerdo a la pregunta: ¿Considera que existe una comunicación constante hasta finalizar su proceso solicitado? y el 13.73% dijeron totalmente de acuerdo.

**Tabla 30**

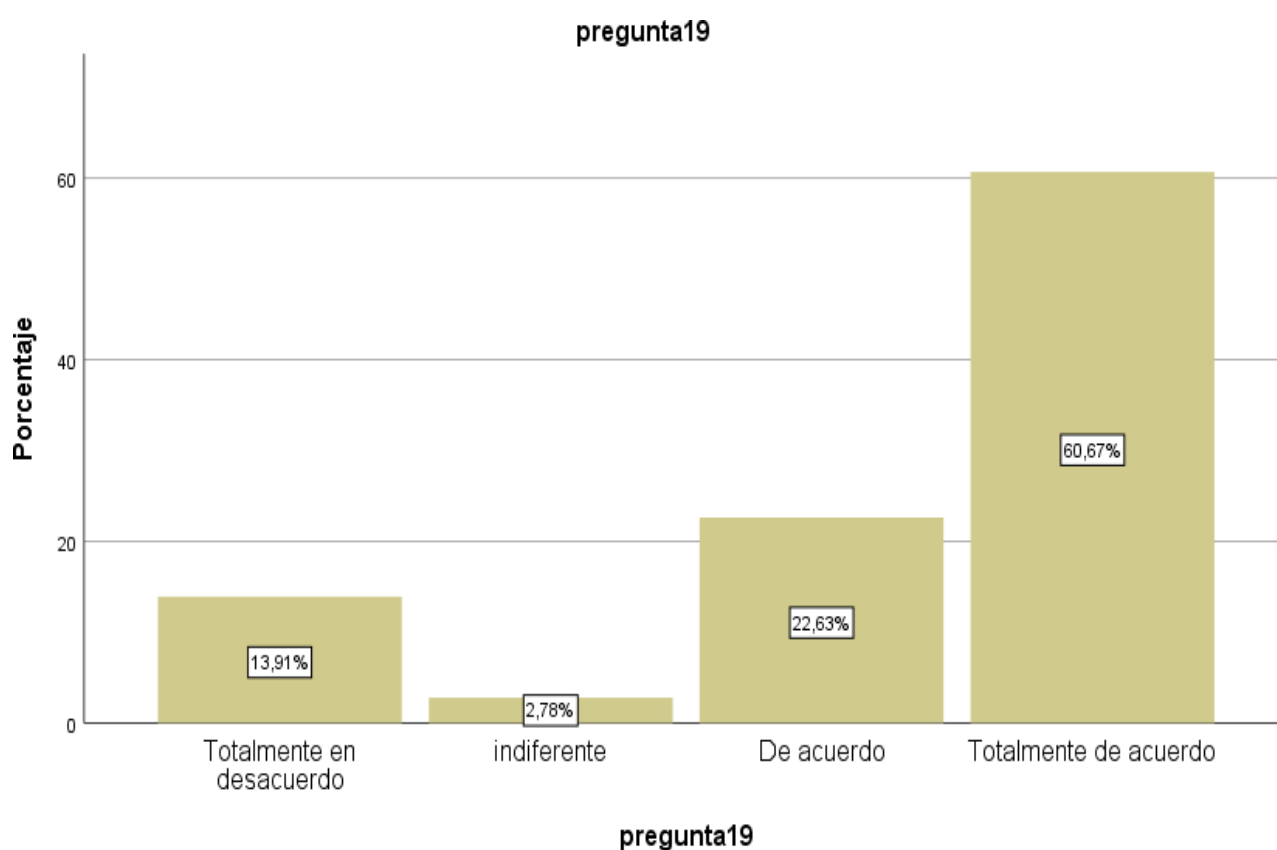
Pregunta 19

		<b>pregunta19</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	75	13,9	13,9	13,9
	indiferente	15	2,8	2,8	16,7
	De acuerdo	122	22,6	22,6	39,3
	Totalmente de acuerdo	327	60,7	60,7	100,0
<b>Total</b>		<b>539</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 19

**Figura 28**

Pregunta 19



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 19

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 60.67% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Se ejecutan las actividades en el tiempo previsto para usted como usuario? y el 2.78% dijeron indiferente.

**Tabla 31**

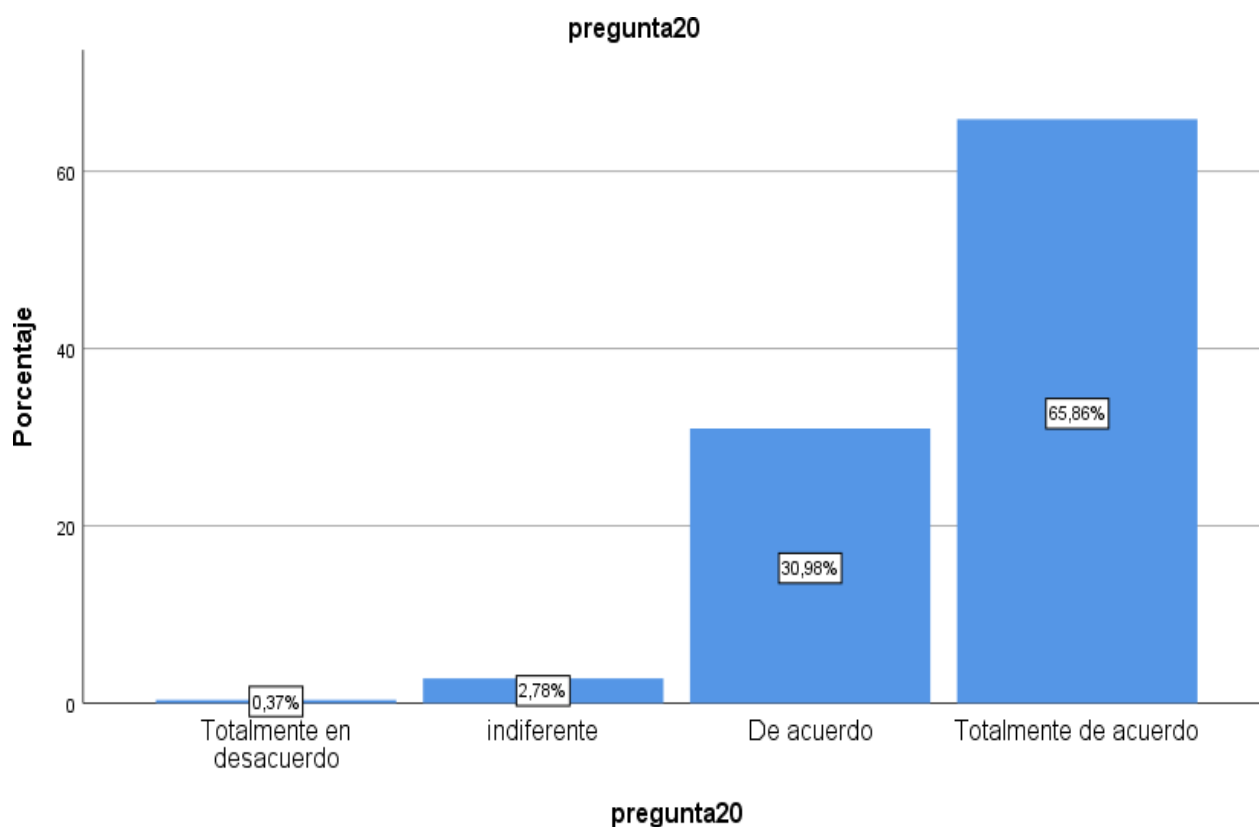
Pregunta 20

		<b>pregunta20</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	,4	,4	,4
	indiferente	15	2,8	2,8	3,2
	De acuerdo	167	31,0	31,0	34,1
	Totalmente de acuerdo	355	65,9	65,9	100,0
<b>Total</b>		<b>539</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 20

**Figura 29**

Pregunta 20



Nota: Descripción de frecuencias de la pregunta 19

**INTERPRETACION:** De los 539 encuestados el 65.86% dijeron totalmente de acuerdo a la pregunta: ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la interacción que puede realizar con la institución pública? y el 2.78% dijeron indiferente.

## 4.2 Estadística Inferencial

### 4.2.1 Contrastación de hipótesis

#### Normalización De La Influencia De Las Variables 1 Y 2

- a) Ho:” La variable independiente transformación digital y la variable dependiente gestión del servicio se distribuyen en forma normal”  
H1: “La variable independiente transformación digital y la variable dependiente gestión del servicio no se distribuyen en forma normal”
- b) N. S= 0.05

**Tabla 32**

Prueba de Normalización

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
V1: TRANSFORMACIÓN DIGITAL	0,045	539	0,015
V2: GESTIÓN DEL SERVICIO	0,025	539	0,010

- c) Se observa en la columna sig. Kolmogorov-Smirnov de todos son menores que 0.05, lo cual se rechaza la hipótesis Nula.
- d) Concluimos que La variable independiente transformación digital y la variable dependiente gestión del servicio no se distribuyen en forma normal. por tanto, aplicaremos la prueba estadística no paramétrica de escala ordinal de rho de Spearman.

#### a) El Planteo de las Hipótesis General

- a) Ho: “La transformación digital existe una relación de manera negativa en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022”  
H1: “La transformación digital existe una relación de manera positiva en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022”
- b) N.S: 0.05
- c) La Contrastación de la Hipótesis:  
Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman.

**Tabla 33**

Prueba de Hipótesis General

<b>Matriz de Correlaciones</b>				
			V1: TRANSFORMACIÓN DIGITAL	V2: GESTIÓN DEL SERVICIO
Rho de Spearman	V1: TRANSFORMA CIÓN DIGITAL	Coefficiente de correlación	1,000	0,784
		Sig. (bilateral)	.	0,014
		N	539	539
	V2: GESTIÓN DEL SERVICIO	Coefficiente de correlación	0,784	1,000
		Sig. (bilateral)	0,014	.
		N	539	539

d) Finalmente Se Observa Que Hay Una Marcada Relación Entre Las Variables transformación digital y la gestión del servicio es de 78.4%

e) Conclusión:

Se puede concluir que, La transformación digital existe una relación de manera positiva en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022.a un nivel de significancia del 5% bilateral.

**a) El Planteo de las Hipótesis Especifica 1**

a) Ho:” La transformación digital existe una relación de manera negativa en la calidad de una Institución Pública, 2022”

H1: “La transformación digital existe una relación de manera positiva en la calidad de una Institución Pública, 2022”

b) N.S: 0.05

c) La Contrastación de la Hipótesis:

Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman

**Tabla 34**

Prueba de Hipótesis Especifica 01

<b>Matriz de Correlaciones</b>				
			Vi: TRANSFORMACIÓN DIGITAL	Vd d1.: CALIDAD
Rho de Spearman	Vi: TRANSFORMACIÓN DIGITAL	Coeficiente de correlación	1,000	0,814
		Sig. (bilateral)	.	0,010
		N	539	539
	Vd. d1: CALIDAD	Coeficiente de correlación	0,814	1,000
		Sig. (bilateral)	0,010	.
		N	539	539

d) Finalmente se observa que hay una relación entre la transformación digital y la calidad en un 81,40%.

e) La conclusión:

Se puede concluir, La transformación digital existe una relación de manera positiva en la calidad de una Institución Pública, 2022. a un nivel de significancia del 5% bilateral.

**a) El Planteo de las Hipótesis Especifica 2**

a) Ho: “La transformación digital existe una relación de manera negativa en la satisfacción de una Institución Pública, 2022.”

H1: “La transformación digital existe una relación de manera positiva en la

satisfacción de una Institución Pública, 2022.”

b) N.S: 0.05

c) La Contrastación de la Hipótesis:

Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman

**Tabla 35**

Prueba de Hipótesis Especifica 02

<b>Matriz de Correlaciones</b>				
			Vi: TRANSFORMACIÓN DIGITAL	Vd. d2: SATISFACCIÓN
Rho de Spearman	Vi: TRANSFORMACIÓN DIGITAL	Coeficiente	1,000	0,814
		de		
		correlación		
		Sig. (bilateral)	.	0,015
		N	539	539
	Vd. d2: SATISFACCIÓN	Coeficiente	0,814	1,000
		de		
		correlación		
		Sig. (bilateral)	0,015	.
		N	539	539

d) Finalmente se observa que hay una marcada relación entre la transformación digital y la satisfacción en un 81.40%

e) La conclusión:

Se puede concluir, que La transformación digital existe una relación de manera positiva en la satisfacción de una Institución Pública, 2022. A un nivel de significancia del 5% bilateral.

**a) El Planteo de las Hipótesis Especifica 3**

a) Ho: " La transformación digital existe una relación de manera negativa en la eficiencia de una Institución Pública, 2022."

H1: “La transformación digital existe una relación de manera positiva en la eficiencia de una Institución Pública, 2022.”

b) N.S = 0.05

c) La Contrastación de la Hipótesis:

Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman.

**Tabla 36**

Prueba de Hipótesis Especifica 03

<b>Matriz de Correlaciones</b>				
			Vi :	Vd.d3:
			TRANSFORMACIÓN DIGITAL	EFICIENCIA
Rho de Spearman	Vi:	Coeficiente de correlación	1,000	0,748
	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	Sig. (bilateral)	.	0,010
		N	539	539
		Vd.d3: EFICIENCIA	0,748	1,000
		Coeficiente de correlación	0,010	.
		Sig. (bilateral)	0,010	.
		N	539	539

d) Finalmente se observa que hay una marcada relación entre La transformación digital y la eficiencia en un 74.80%.

e) La conclusión:

Se puede concluir, La transformación digital existe una relación de manera positiva en la eficiencia de una Institución Pública, 2022. a un nivel de significancia del 5% bilateral.

**a) El Planteo de las Hipótesis Especifica 4**

a) Ho:” La transformación digital existe una relación de manera negativa en la comunicación de una Institución Pública, 2022.”

H1: “La transformación digital existe una relación de manera positiva en la comunicación de una Institución Pública, 2022”

b) N.S = 0.05

c) La Contrastación de la Hipótesis:

Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman.

**Tabla 37**

Prueba de Hipótesis Especifica 04

<b>Matriz de Correlaciones</b>				
			Vi: TRANSFORMA CIÓN DIGITAL	Vd. d4: LA COMUNICACI ÓN
Rho de Spearman	Vi: TRANSFORMACIÓN DIGITAL	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .	0,748 0,014
		N	539	539
	Vd.d4: : LA COMUNICACIÓN	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,748 0,014	1,000 .
		N	539	539

d) Finalmente se observa que hay una marcada relación entre La transformación digital y la comunicación en un 74.80%.

e) La conclusión:

Se puede concluir, que La transformación digital existe una relación de manera positiva en la comunicación de una Institución Pública, 2022. a un nivel de significancia del 5% bilateral.

**a) El Planteo de las Hipótesis Especifica 5**

a) Ho:” La transformación digital existe una relación de manera negativa en la efectividad de una Institución Pública, 2022.”

H1: “La transformación digital existe una relación de manera positiva en la efectividad de una Institución Pública, 2022”

b) N.S = 0.05

c) La Contrastación de la Hipótesis:

Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman.

**Tabla 38**

Prueba de Hipótesis Especifica 05

<b>Matriz de Correlaciones</b>				
			Vi: TRANSFORMA CIÓN DIGITAL	Vd. D5: LA EFECTIVIDAD
Rho de Spearman	Vi:	Coefficiente de	1,000	0,774
	TRANSFORMACIÓN	correlación		
	DIGITAL	Sig. (bilateral)	.	0,017
		N	539	539
	Vd.d5: : LA	Coefficiente de	0,774	1,000
	EFECTIVIDAD	correlación		
		Sig. (bilateral)	0,017	.
		N	539	539

d) Finalmente se observa que hay una marcada relación entre La transformación digital y la efectividad en un 77.40%.

e) La conclusión:

Se puede concluir, que La transformación digital existe una relación de manera positiva en la efectividad de una Institución Pública, 2022. a un nivel de significancia del 5% bilateral.

### 4.3 Discusión de Resultados

En el presente trabajo de ha planteo como objetivo general Determinar si existe una relación de la transformación digital en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022, por lo que se procedió en base de los hallazgos encontrados a la discusión con las investigaciones previas realizadas que se pasa a detallar:

Del análisis de los resultados de acuerdo a la hipótesis general de la investigación Se observa que, existe correlación positiva, alta directa y significativa entre transformación digital y la gestión del servicio ( $\rho=0,784$ ;  $p=0,000<0,05$ ) de una Institución Pública, 2022. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene: Zamora Ruiz, Karla (2021) cuyo título es: “La transformación digital en la gestión de servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores en el año 2020”. Quien señala que los resultados determinaron que los canales digitales si existe una relación en la gestión de servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores, un 94% indicaron que es importante conocer los canales digitales, un 52% si usaría los canales digitales como medio de comunicación de las promociones con sus clientes, asimismo un 91% menciona que los canales digitales le permiten captar nuevos clientes, sin embargo un 60% no considera importante el uso de plataformas digitales para medir la satisfacción del cliente. El uso de estos canales es parcial, desaprovechando oportunidades en el mercado y restándoles competitividad. Estadísticamente podemos demostrar  $p\text{-value} = 0.000 < \alpha$  (nivel de significancia) 0.05 entonces se rechaza la  $H_0$  Nula. También encontramos la tesis de Garcia Rojas, Hildebrant (2023) en su trabajo titulado:

" Transformación digital y gestión de los servicios públicos en la Municipalidad Provincial de San Ignacio, 2022". Nos señala que Existe relación positiva muy alta y significativa entre la transformación digital y la gestión de los servicios públicos en la Municipalidad Provincial de San Ignacio, 2022, ya que el análisis estadístico del Rho de Spearman fue de 0,984 y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0,01$ ); además, el 96,83 % de la transformación digital existe una relación en la gestión de los servicios públicos.

En relación a la hipótesis específica 1, se observa que existe correlación positiva, alta y significativa entre transformación digital y la calidad ( $\rho=0,814$ ;  $p=0,000<0,05$ ) De acuerdo a esto resultado se procede a rechazar la hipótesis nula; y aceptar la hipótesis afirmativa que dice que La transformación digital existe una relación de manera positiva en la calidad de una Institución Pública, 2022.

En relación a la hipótesis específica 2, se observa que existe correlación positiva, alta, directa y significativa entre transformación digital y la satisfacción ( $\rho=0,814$ ;  $p=0,000<0,05$ ) De acuerdo a esto resultado se procede a rechazar la hipótesis nula; y aceptar la hipótesis afirmativa que dice que La transformación digital existe una relación de manera positiva en la satisfacción de una Institución Pública, 2022.

En relación a la hipótesis específica 3, se observa que existe correlación positiva, alta, directa y significativa entre La transformación digital y la eficiencia ( $\rho=0,748$ ;

$p=0,000<0,05$ ) De acuerdo a esto resultado se procede a rechazar la hipótesis nula; y aceptar la hipótesis afirmativa que dice que La transformación digital existe una relación de manera positiva en la eficiencia de una Institución Pública, 2022.

En relación a la hipótesis específica 4, se observa que existe correlación positiva, alta, directa y significativa entre La transformación digital y la comunicación ( $\rho=0,748$ ;  $p=0,000<0,05$ ) De acuerdo a esto resultado se procede a rechazar la hipótesis nula; y aceptar la hipótesis afirmativa que dice que La transformación digital existe una relación de manera positiva en la comunicación de una Institución Pública, 2022.

En relación a la hipótesis específica 5, se observa que existe correlación positiva, alta, directa y significativa entre La transformación digital y la efectividad ( $\rho=0,774$ ;  $p=0,000<0,05$ ) De acuerdo a esto resultado se procede a rechazar la hipótesis nula; y aceptar la hipótesis afirmativa que dice que La transformación digital existe una relación de manera positiva en la efectividad de una Institución Pública, 2022.

Todos estos estudios hallados son acordes con lo que en este estudio hallamos y planteamos en la tesis.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusión

##### 5.1.1 *Conclusión Hipótesis Principal*

Se concluye que la variable independiente transformación digital y la variable dependiente gestión del servicio no se distribuyen en forma normal. por tanto, aplicaremos la prueba estadística no paramétrica de escala ordinal de rho de Spearman.

##### 5.1.2 *Conclusión de hipótesis específicas*

- Se puede concluir que, La transformación digital existe una relación de manera positiva en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022. A un nivel de significancia del 5% bilateral, debido a que hay una marcada relación entre las variables transformación digital y la gestión del servicio es de 78.4%
- Se puede concluir, La transformación digital existe una relación de manera positiva en la calidad de una Institución Pública, 2022. A un nivel de significancia del 5% bilateral, debido a que se observa que hay una relación entre la transformación digital y la calidad en un 81,40%.
- La transformación digital existe una relación de manera positiva en la satisfacción de una Institución Pública, 2022. A un nivel de significancia del 5% bilateral, debido a se observa que hay una marcada relación entre la transformación digital y la satisfacción en un 81.40%
- La transformación digital existe una relación de manera positiva en la eficiencia de una Institución Pública, 2022. A un nivel de significancia del 5% bilateral, ya que se observa que hay una marcada relación entre La transformación digital y la eficiencia en un 74.80%.
- La transformación digital existe una relación de manera positiva en la comunicación de una Institución Pública, 2022. A un nivel de significancia del 5% bilateral, ya que se observa que hay una marcada relación entre La transformación digital y la comunicación en un 74.80%.
- La transformación digital existe una relación de manera positiva en la efectividad de una Institución Pública, 2022. A un nivel de significancia del 5% bilateral, ya que se observa que hay una marcada relación entre La transformación digital y la efectividad en un 77.40%.

## **5.2 Recomendaciones**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación se sugiere tener en cuenta lo siguiente:

### **5.2.1 Recomendación Principal**

Con la finalidad de comprender las tecnologías a implementar para el área estudiada se recomienda la realización de un cronograma de capacitaciones para el adecuado uso de las plataformas con relación a las actividades laborales.

### **5.2.2 Recomendación Especificas**

- Para complementar las tecnologías a implementar para el área estudiada se recomienda la realización de un cronograma de habilidades blandas a todas las Jefaturas y Gerencias para el adecuado manejo con su personal a cargo de las plataformas con relación a las actividades laborales.
- Otro elemento fundamental es el estudio del área antes de implementar una plataforma. sistema en la empresa, ya que la finalidad del uso de tecnología es facilitar las actividades de los colaboradores.
- Para la instauración de las plataformas dentro de los procesos se requiere colaboradores que no sean reacios al cambio que sean proactivos y sobre todo realicen todas las actividades planteadas durante la implementación.
- Para la motivación de los colaboradores se recomienda la realización de una evaluación de desempeño que refleje el compromiso y todas las actividades realizadas durante la implementación, así como también dar un valor agregado a sus actividades laborales.
- Cualquier empresa puede transformar su ambiente de trabajo, empleando tecnologías, sin embargo, el proceso es tarea de todos, en especial de los altos directivos y jefaturas, valorar y potenciar la efectividad de los procesos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Abad, E.; González, M.; Infante, J. ; Ruipérez, G. (2020). Sustainable Management of digital Transformation in higher Education: global Research Trends. *Sustainability*, 12(5), 2107. doi:10.3390/su12052107.
2. Agarwal, R. (2020). Achieving a Digital Mindset: Digital transformation relies on leaders, not technology. *BizEd*, 19(1), 20.
3. Alayo, A. (2017). Gestión de la Calidad en Atención al Cliente de las Micro y pequeñas Empresas del Sector Comercio Rubro Jugueterias, Centro de la Ciudad de Chimbote. Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Escuela Profesional de Administración . Chimbote. Perú.: Universidad Católica del Ángeles Chimbote. Trabajo de Titulación.
4. 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. Tesis de Pregrado. Universidad Pacífico.  
[https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2793/AlvaradoLaura\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2793/AlvaradoLaura_Tesis_Licenciatura_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
5. Armijos, E., & Angulo, E. (2018). Principios de calidad en las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. *Revista Espacios*. Vol. 39 (Nº 48) Año 2018. Pág. 22, 1-9.
6. Baena, G. (2017). Metodología de la Investigación. In Metodología de la investigación (Issue 2017). file:///C:/Users/Tony Sanchez/Downloads/metodologia de la investigacion Baena 2017.pdf
7. Bockshecker, A., Hackstein, S., & Baumöl, U. (2018). Systematization of the term digital transformation and its phenomena from a socio-technical perspective – A literature review. *Research Papers*.
8. CAF (2019). La digitalización como estrategia para la calidad regulatoria: aprendizajes de la iniciativa de transformación digital de la Superintendencia de Sociedad de Colombia.

[https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1784/La\\_digitalizacion\\_como\\_estrategia\\_para\\_la\\_calidad\\_regulatoria\\_aprendizajes\\_de\\_la\\_iniciativa\\_de\\_transformacion\\_digital\\_de\\_la\\_Superintendencia\\_de\\_Sociedades\\_de\\_Colombia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1784/La_digitalizacion_como_estrategia_para_la_calidad_regulatoria_aprendizajes_de_la_iniciativa_de_transformacion_digital_de_la_Superintendencia_de_Sociedades_de_Colombia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

9. CEPAL (2022). Tecnologías digitales para un nuevo futuro. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961_es.pdf)
10. Corvalán, J. G. (2017). Un nuevo enfoque de Administración Pública: Digital e Inteligente. *Diario administrativo*, 166(1).
11. Crespo, B. y Pariente, E. (2018). Barómetro sobre la madurez digital en España 2018. Madrid: Divisadero. A Merkle Company - IE Business School. <https://www.divisadero.es/wp-content/uploads/barometromadurez-digital-espana-2018.pdf>
12. Cuenca, J., Matilla, K. y Compte, M. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 2227-1465. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/1640/1516>
13. Danoesastro, M., Freeland, G. y Reichert, T. (2018). A CEO's guide to leading digital Transformation
14. De Francisco, L., Botero, L. y Valencia, C. (2016). Análisis de las estructuras de gestión del servicio en empresas del sector de servicios. *AD-minister*, 29, 121-146.
15. De Salas, I., Martínez, J. y Roca, V. (2019). Los nuevos perfiles profesionales como elemento transformador de la industria publicitaria. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 10(2), 11-28. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.16>
16. Delgado, J. y Flores, P. (2021) Estrategias digitales y su impacto en la transformación digital de las organizaciones. Tesis de Pregrado. Universidad Peruana de Ciencias

- Aplicadas.[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/659315/Delgado\\_DJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/659315/Delgado_DJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
17. Díaz, P. (2020). El impacto de la transformación digital en las empresas: Un estudio sobre directivos y empleados.
  18. Figueroa, J. (2021) Modelo de Transformación Digital en la Gestión Comercial del sector retail (Supermercados) en tiempo de pandemia en la ciudad de Babahoyo. Tesis de Maestría. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1476/Modelos%20de%20Transformaci%C3%B3n%20Digital%20en%20la%20Gesti%C3%B3n%20Comercial%20del%20Sector%20Retail%20%28Supermercados%29%20en%20tiempo%20de%20Pandemia%20en%20la%20Ciudad%20de%20Babahoyo..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
  19. García, M. M. (2018). El impacto de la transformación digital en las empresas sociales. <https://www.iebschool.com/blog/impacto-transformacion-digital-empresassociales-digital-business/>
  20. Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta.
  21. Hamdani, N. A., & Maulani, G. A. F. (2020). Motivation and leadership on the performance of private higher education lecturers. In *Advances in Business, Management and Entrepreneurship* (pp. 812– 816). Taylor & Francis Group, LLC.
  22. Ismail, M. H. (2017). Digital business transformation and strategy: What do we know so far? Recuperado el 26 de 12 de 2019, de [https://cambridgeservicealliance.eng.cam.ac.uk/resources/Downloads/Monthly%20Papers/2017NovPaper\\_Mariam.pdf](https://cambridgeservicealliance.eng.cam.ac.uk/resources/Downloads/Monthly%20Papers/2017NovPaper_Mariam.pdf)
  23. Juanes Giraud, B. Y., & Rodríguez Hernández, C. (2020). La formación dual. Elementos de análisis para implementación en una universidad ecuatoriana. *Revista Conrado*, 16(74), 354-363.

24. Lizano Flores, E., & Villegas Huamani, A. R. (2019). La satisfacción del cliente como indicador de calidad. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/628122>
25. López, X., Silva, A. & Toural, C. (2017). Historia, teoría, características y tendencias de los cibermedios. En Núñez Ladevéze, L. (Ed.). *Periodismo en la red: géneros, estilos y normas* (pp. 73-109). Madrid: Universitas.
26. Magro, C.; Salvatella, J.; Alvarez, M.; Herrero, O.; Paredes, A.; Vélez, G. (2018). *Cultura Digital y Transformación de las Organizaciones*.
27. Maldonado, A., Galicia, A., Apolinar, J. y Herrera, J. Uso de herramientas digitales como estrategia para el desarrollo habilidades de análisis y razonamiento en los estudiantes de TIC. *Revista de Tecnologías de la Información y Comunicaciones*. 2019. 3-7: 13-18. DOI: 10.35429/JITC.2019.7.3.13.18
28. Maliqueo, C, González, J., Mardones, R., Ardiles, M (2021). Gestión de personas y las barreras para innovar en la transformación digital. *Revista Venezolana de Gerencia*. 26(94), 510-532.
29. Mellado, C. y Ovando, A. (2021). How Chilean Journalists Use Social Media: Digital Transformation and New Forms of Visibility and Identity Creation. *Palabra Clave*, 24(2), e2422. <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.2.2>
30. Mergel, I., Edelman, N., & Haug, N. (. (2019). Defining digital transformation: Results from expert interviews. *Government Information Quarterly*, 36(4). doi: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.06.002>
31. Miranda, M.; Chiriboga, P.; Romero, M; Tapia, L.; Fuentes, L. (2021). A qualidade dos serviços prestados e a satisfação do cliente, estratégias de marketing digital. Estudo de caso da fazenda turística rancho los emilio's. Alausí. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4>
32. Morakanyane, R., Grace, A., & O'Reilly, P. (2017). *Conceptualizing Digital*

- Transformation in Business Organizations: A Systematic Review of Literature. 30th Bled Econference: Digital Transformation – From Connecting Things to Transforming Our Lives. 427-443. Bled, Slovenia: University of Maribur.
33. Morante, L. (2020). El rol de la transformación digital en la formulación de la estrategia de negocio de empresas del sector financiero en el Perú. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17069/MORANTE\\_TAVARA\\_LEANDRO\\_TRANSFORMACI%C3%93N\\_DIGITAL\\_CONCEPTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17069/MORANTE_TAVARA_LEANDRO_TRANSFORMACI%C3%93N_DIGITAL_CONCEPTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
  34. Morris, E. (2020). Una visión de Transformación digital y Aprendizaje organizacional en la implantación de un ERP y su efecto en el desempeño organizacional. Universidad Ramón Llul
  35. Mumford, L. (2017). Arte y técnica. Pepitas de calabaza.
  36. Nwaiwu, F. (2018). Review and Comparison of Conceptual Frameworks on Digital Business Transformation. *Journal of Competitiveness.*, 10(3), 86–100. doi:<https://doi.org/10.7441/joc.2018.03.06>
  37. OCDE et al. (2019) *Perspectivas Económicas de América Latina 2019: Desarrollo en Transición*, OECD Publishing, Paris. OCDE-CAF-CEPAL, UE. <https://doi.org/10.1787/g2g9ff1a-es>
  38. Organización Internacional para las Migraciones. (2016). *Indicadores de cumplimiento: Compromisos adquiridos en materia de abordaje integral de la trata de personas.* [https://kmhub.iom.int/sites/default/files/indicadores\\_de\\_cumplimiento\\_compromisos\\_adquiridos\\_en\\_materia\\_de\\_abordaje\\_integral\\_de\\_la\\_trata\\_de\\_personas\\_.pdf](https://kmhub.iom.int/sites/default/files/indicadores_de_cumplimiento_compromisos_adquiridos_en_materia_de_abordaje_integral_de_la_trata_de_personas_.pdf)
  39. 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 de Documentación Científica*, 44 (2), e293. <https://doi.org/>

10.3989/redc.2021.2.1763

40. Phuong, T., Grant, D. y Menachof, D. (2019). Exploring logistics service quality in Hai Phong, Vietnam. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2019.12.001>, The Asian Journal of Shipping and Logistics
41. PMG Business Improvement (2020). Índice de Transformación Digital de empresas 2019. <https://www.pmgchile.com/wp-content/uploads/2020/07/Indice-de-Transformacion-Digital-de-Empresas-ITD-2019-2da-version-Los-desafios-en-la-transformacion-de-los-negocios.pdf>
42. PMG Business Improvement (2017). La Transformación Digital. <https://www.andi.com.co/Uploads/INFTD.pdf>
43. Quinn, L., Dibb, S., Simkin, L., Canhoto, A., & Analogbei, M. (2016). Troubled waters: the transformation of marketing in a digital world. *European Journal of Marketing*, 50(12), 2103–2133. <https://doi.org/10.1108/ejm-08-2015-0537>
44. Quispe, G. y Ayaviri, V. (2016). Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de Cooperación al Desarrollo. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>
45. Roldán, J. (2019). Transformación digital como herramienta para generar valor en las mipymes de la región del Biobío. Tesis de Bachiller. Universidad Andrés Bello. [https://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/15508/a125508\\_Roldan\\_J\\_Transformacion\\_digital\\_como\\_herramienta\\_para\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/15508/a125508_Roldan_J_Transformacion_digital_como_herramienta_para_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
46. Romero, Y. y Sosa, R. (2016). Modelo de gestión del servicio de transporte UBER. ¿Quién pierde y quién gana? *Espacios Públicos*, 19(47), 157-175.
47. Rodríguez-Cruz, Y., & Pinto, M. (2018). Information use model for the strategic decision making in information organizations. *Transinformação*, 30(1), 51–64.
48. Ruiz, K. (2021). La transformación digital en la gestión de servicio al cliente en las

- empresas odontológicas del distrito de Miraflores en el año 2020. Tesis de Posgrado. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16738/Zamora\\_rk.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16738/Zamora_rk.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
49. Salazar, J. (2021). Transformación digital reactivación económica y empleo en América Latina y el Caribe Post COVID-19. <http://riacevents.org/gtecs/wp-content/uploads/2021/02/ESP-TD-y-su-papel-en-promover-la-reactivacion-con-transformacion-en-AL.pdf>
  50. Sampedro Guamán, C. R., Palma Rivera, D. P., Machuca Vivar, S. A., & Arrobo Lapo, E. (2021). Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3), 484-490.
  51. Schwertner, K. (2017). Digital transformation of business. *Trakia Journal of Sciences*, 15(1), 388-393. doi:10.15547/tjs.2017.s.01.065
  52. Shaughnessy, H. (2018). Creating digital transformation: Strategies and steps. *Strategy and Leadership*, 46(2), 19–25. <https://doi.org/10.1108/SL-12-2017-0126>
  53. Schwab (2016) *Strategic Intelligence*. <https://bit.ly/3xj6Mpn>
  54. UNESCO. (2020). *Education in a post-COVID world: Nine ideas for public action*. International Commission on the Futures of Education. International Commission on the Futures of Education (ed.). UNESCO.
  55. Terán, N., Gonzáles, J., Ramirez, R. y Palomino, G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. 5(1), 1184. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i1.320](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320)
  56. Torrecilla, J., Pardo, C., y Rubio, J. (2019) *Industria 4.0 y transformación digital*. *Revista de trabajo y seguridad social*.
  57. *Estudios financieros*. *Revista de trabajo y seguridad social: Comentarios, casos prácticos:*

recursos humanos, N°.

58. Extra 1, 27- 54. <https://bit.ly/3eiWuwU>
59. Frankiewicz, B.; Chamorro-Premuzic, T. (2020). Digital Transformation Is About Talent, Not Technology. *Harvard Business Review*.
60. Rojas, M.; Jaimes, L.; Valencia, M. (2017). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Revista Espacios*. 39(6), 11-20.
61. Troilo, F. (2021). Un modelo de Liderazgo Digital. *Palermo Business Review*. 24(1), 125-141. [https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr24/PBR\\_24\\_05.pdf](https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr24/PBR_24_05.pdf)
62. Vacas, F. (2018). Transformación digital: del lifting a la reconversión. [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6775335.pdf&ved=2ahUKEwiO4-aN5s\\_6AhUrIrkGHUJIA8oQFnoECDsQAQ&usg=AOvVaw013UyQOPI8Uy4j8sJnACX](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6775335.pdf&ved=2ahUKEwiO4-aN5s_6AhUrIrkGHUJIA8oQFnoECDsQAQ&usg=AOvVaw013UyQOPI8Uy4j8sJnACX)  
y
63. Ventaro, F. (2019). La transformación Digital y su impacto en mercado profesional. Observatorio Laboral. <https://cdn01.pucp.education/btpucp/2019/07/25214551/13-2019-informe-area-transformacion-digital-febrero-2019.pdf>
64. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: a review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
65. Villar, J. (2019). Los retos de la Era Digital. <https://www.racmyp.es/docs/anales/a96-17.pdf>
66. Zugasti Murillo A, Aguilar Sugrañes L, Álvarez Hernández J. Transformación digital en la relación entre industria y colectivo sanitario. *Nutr Hosp*. ;39(1),14-18. <http://dx.doi.org/10.20960/nh.04064>

## ANEXOS

### ANEXO 01: ENCUESTA

#### 1. Instrumentos de recolección de datos

Área de trabajo: ..... Turno: .....

Tiempo de servicio: ..... Edad: ..... Fecha: .....

VI: TRANSFORMACION DIGITAL		1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN 1: Liderazgo hacia lo digital</b>						
1	¿Usted considera que las estrategias son importantes para mejorar los resultados con relación a la atención eficiente al usuario?					
<b>DIMENSIÓN 2: Visión y estrategia de digitalización</b>						
2	¿Usted considera que recibe un justo tratamiento de datos?					
3	¿Se encuentran cuellos de botella o demoras en el cumplimiento de requerimientos del usuario?					
<b>DIMENSIÓN 3: Formas de trabajo, personas y cultura digital</b>						
4	¿Usted considera que la capacidad de identificación con los usuarios es importante para alcanzar a satisfacerlos?					
5	¿Usted considera que la capacidad de solución es óptima?					
<b>DIMENSIÓN 4: Digitalización de procesos y toma de decisiones</b>						
6	¿Usted considera que dentro del área de gestión de servicio se desarrolla un proceso de comunicación de manera efectiva?					
7	¿Consideras que la institución cuenta con un sistema que brinde información de los servicios que ofrece?					
<b>DIMENSIÓN 5: Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales</b>						
8	¿Usted considera que existe responsabilidad en la seguridad de la información por parte de la Institución?					
9	¿Considera que la seguridad que se le otorga a los datos es eficiente?					
10	¿Consideras que la institución cuenta con un sistema informático que brinde ayuda al usuario?					
<b>VD: GESTIÓN DE SERVICIO</b>		1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN 1: Calidad</b>						
11	¿Usted considera que todos los trabajadores tienen capacidad de respuesta inmediata?					
12	¿Usted considera que se le brinda la información necesaria para completar su requerimiento?					
<b>DIMENSIÓN 2: Satisfacción</b>						
13	¿Usted considera que recibe una puesta atención por parte de la empresa?					
14	¿Los ambientes de trabajo logran cubrir sus expectativas personales?					
<b>DIMENSIÓN 3: Eficiencia</b>						
15	¿Usted considera que los trabajadores les da la información necesaria del servicio de interés?					

16	¿Usted considera que los trabajadores cumplen sus funciones de manera eficiente?					
<b>DIMENSIÓN 4: Comunicación</b>						
17	¿Considera que la atención es empática con el usuario?					
18	¿Considera que existe una comunicación constante hasta finalizar su proceso solicitado?					
<b>DIMENSIÓN 5: Efectividad</b>						
19	¿Se ejecutan las actividades en el tiempo previsto para usted como usuario?					

## ANEXO 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES DIMENSIONES	METODO
GENERAL:	GENERAL:	GENERAL:	VI: TRANSFORMACIÓN DIGITAL	
¿De qué manera existe una relación entre la transformación digital en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?	Determinar si existe una relación de la transformación digital en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022	La transformación digital existe una relación de manera positiva en la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022	<b>Dimensiones:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Liderazgo hacia lo digital</li> <li>Visión y estrategia de digitalización</li> <li>Formas de trabajo, personas y cultura digital</li> <li>Digitalización de procesos y toma de decisiones</li> <li>Tecnología, manejo de datos y herramientas digitales</li> </ol>	<b>Tipo:</b> Básica <b>Enfoque:</b> Cuantitativo <b>Método:</b> Correlacional. <b>Diseño:</b> No experimental <b>Población:</b> 1025 usuarios. <b>Muestra:</b> 539 trabajadores. <b>Muestreo:</b> Muestreo aleatorio. <b>Técnica:</b> Encuesta. <b>Instrumento:</b> Cuestionario
ESPECÍFICOS:	ESPECÍFICOS:	ESPECÍFICOS:	VD: GESTIÓN DEL SERVICIO	
<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Como existe una relación entre la transformación digital en la calidad de gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?</li> <li>¿Como existe una relación entre la transformación digital en la satisfacción del usuario de la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?</li> <li>¿Cómo existe una relación entre la transformación digital en la eficiencia de la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?</li> <li>¿De qué manera existe una relación entre la transformación digital en la comunicación de la gestión del servicio de una Institución Pública, 2022?</li> <li>¿De qué manera existe una relación entre la transformación digital en la efectividad de la gestión</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Determinar si existe una relación de la transformación digital en la calidad de gestión del servicio de una Institución Pública, 2022.</li> <li>Determinar si existe una relación de la transformación digital en la satisfacción del usuario de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.</li> <li>Determinar si existe una relación de la transformación digital en la eficiencia de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.</li> <li>Determinar si existe una relación de la transformación digital en la comunicación de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.</li> <li>Determinar si existe una relación de la transformación digital en la efectividad de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>La transformación digital existe una relación de manera positiva en la calidad de gestión del servicio de una Institución Pública, 2022.</li> <li>La transformación digital existe una relación de manera positiva en la satisfacción del usuario de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.</li> <li>La transformación digital existe una relación de manera positiva en la eficiencia de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.</li> <li>La transformación digital existe una relación de manera positiva en la comunicación de la gestión de los servicios de una Institución Pública, 2022.</li> <li>La transformación digital existe una relación de manera positiva en la efectividad de la gestión de los servicios de una</li> </ol>	<b>Dimensiones:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Calidad</li> <li>Satisfacción del usuario</li> <li>Eficiencia</li> <li>Comunicación</li> <li>Efectividad</li> </ol>	

del servicio de una Institución Pública, 2022?		Institución Pública, 2022		
---	--	---------------------------	--	--