



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**Alfabetización digital en la gestión estratégica de los
restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de
Comas 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctora en Administración

AUTORA:

Mg. Carhuapoma Mezarina, Ruddy Vanessa (ORCID: 0000-0001-8298-3677)

ASESOR:

Dr. Vásquez Mondragón, Walter Manuel (ORCID: 0000-0003-3210-9433)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

La redacción de cada página de esta investigación está pensado y dedicado a mi madre Leonarda, mi padre Santos, mis hermanos Ivan, Gino, mis hijas Susana, Puky, y mis seres queridos que hoy ya no están en vida, pero nos acompañan en cada recuerdo y lugar.

Agradecimiento

A los docentes de ésta institución que son ejemplo y modelo para sus estudiantes; a mis compañeros de trabajo que sumaron esfuerzos y aliento para el desarrollo de esta investigación, a mi compañero de corazón que creyó en mi e impulso mi llegada al objetivo.

Índice de contenidos

Carátula	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Índice de contenidos	v
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Resumo	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización	17
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5. Procedimientos	22
3.6. Método de análisis de datos	23
3.7. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
4.1. Resultados descriptivos de las variables en estudio	24
4.2. Prueba de hipótesis	29
V. DISCUSIÓN	37
VI. CONCLUSIONES	45
VII. RECOMENDACIONES	47
VIII PROPUESTA	48
REFERENCIAS	51
ANEXOS	

Índice de tablas

	Pág.	
Tabla 1	Ficha técnica del instrumento	20
Tabla 2	Valides de expertos	21
Tabla 3	Cuadro de fiabilidad	22
Tabla 4	Distribución de frecuencias de alfabetización digital	24
Tabla 5	Distribución de frecuencias de las dimensiones de alfabetización digital	25
Tabla 6	Distribución de frecuencias de la gestión estratégica	26
Tabla 7	Distribución de frecuencias de la dimensiones de la gestión estratégica	27
Tabla 8	Prueba de normalidad Shapiro-wilk	28
Tabla 9	Prueba de ajuste del modelo y Pseudo R cuadrado H.G	29
Tabla 10	Estimación de parámetros de la H.G.	30
Tabla 11	Prueba de ajuste del modelo y Pseudo R cuadrado de la primera H.E	30
Tabla 12	Estimación de parámetros de la primera H.E.	31
Tabla 13	Prueba de ajuste del modelo y Pseudo R cuadrado de la segunda H.E.	32
Tabla 14	Estimación de parámetros de la segunda H.E.	33
Tabla 15	Prueba de ajuste del modelo y Pseudo R cuadrado de la tercera H.E.	34
Tabla 16	Estimación de parámetros de la tercera H.E.	35
Tabla 17	Prueba de ajuste del modelo y Pseudo R cuadrado de la cuarta H.E.	35
Tabla 18	Estimación de parámetros de la H.E.	36
Tabla 19	Actividades del ciclo de talleres de alfabetización digital y gestión estratégica	49
Tabla 20	Cronograma de talleres	50

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Niveles de la variable alfabetización digital	24
Figura 2 Niveles de las dimensiones de alfabetización digital	25
Figura 3 Niveles de la variable gestión estratégica	26
Figura 4 Niveles de la dimensiones de gestión estratégica	27

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general explicar la incidencia de la alfabetización digital en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021. Esta investigación tuvo enfoque cuantitativo, de tipo básica, nivel explicativo, diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 68 colaboradores responsables de la gestión de los restaurantes.

La investigación evidenció que el modelo empleado sí aporta a las variables, ya que se obtuvo un p-valor < 0.05 y un ajuste de Cox y Snell que permite afirmar que la variabilidad de la gestión estratégica depende probabilísticamente entre 38% y 44.7% de la alfabetización digital; además los coeficientes del modelo de regresión, respecto a alfabetización digital asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p-valor de 0,00) frente a la gestión estratégica que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p-valor de 0,00), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentó una deficiente a moderada gestión estratégica en la organización; por tanto, se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Palabras clave: Alfabetización digital, gestión estratégica, competencias digitales, comida rápida.

Abstract

The general objective of this research was to explain the incidence of digital literacy in the strategic management of fast food restaurants in a Shopping Center in Comas 2021. This research had a quantitative approach, basic type, explanatory level, non-experimental design of cross-section. The population was made up of 68 collaborators responsible for the management of the restaurants.

The research showed that the model used does contribute to the variables, since a p-value <0.05 and a Cox and Snell adjustment were obtained that allows to affirm that the variability of strategic management depends probabilistically between 38% and 44.7% of the digital literacy; In addition, the coefficients of the regression model, with respect to digital literacy, level 1 (deficient level with p-value of 0.00) is assumed compared to strategic management, which assumes level 1 and 2 (deficient and moderate level with p-value 0.00), this indicates that the collaborator with a deficient level of digital literacy presented a deficient to moderate strategic management in the organization; Therefore, it is stated that digital literacy significantly affects the strategic management of fast food restaurants in a Comas Shopping Center.

Keywords: Digital literacy, strategic management, digital skills, fast food.

Resumo

A presente pesquisa teve o objetivo geral de explicar a incidência do letramento digital na gestão estratégica de restaurantes fast food em um Shopping Center em Comas 2021. Esta pesquisa teve uma abordagem quantitativa, tipo básico, nível explicativo, desenho não experimental de corte transversal. A população foi composta por 68 colaboradores responsáveis pela gestão dos restaurantes.

A pesquisa mostrou que o modelo utilizado contribui para as variáveis, visto que se obteve um p-valor $<0,05$ e um ajuste de Cox e Snell que permite afirmar que a variabilidade da gestão estratégica depende probabilisticamente entre 38% e 44,7% do letramento digital. ; Além disso, os coeficientes do modelo de regressão, no que diz respeito ao letramento digital, nível 1 (nível deficiente com p-valor de 0,00) é assumido em relação à gestão estratégica, que assume nível 1 e 2 (nível deficiente e moderado com p-valor 0,00), isso indica que o colaborador com nível deficiente de letramento digital apresentou uma gestão estratégica deficiente a moderada na organização; Portanto, afirma-se que a alfabetização digital afeta significativamente a gestão estratégica de restaurantes fast food em um Comas Shopping Center.

Palavras-chave: Literacia digital, gestão estratégica, competências digitais, fast food.

I. INTRODUCCIÓN

La accesibilidad a las tecnologías de la información y medios de comunicación (TIC's) no avala la inclusión al mundo digital, las competencias digitales la impulsan, mas no la aseguran, pocos son los que consiguen un considerable dominio efectivo de sus competencias digitales, siendo ellos quienes logran una participación activa en una sociedad digital. Según Ketil (2019) La nueva comunidad online ha transformado el modo de producir de las industrias entorno a la innovación a nivel de producto, la propia supervivencia hasta un modelo de negocio más novedoso.

En los últimos años se escuchaba poco acerca de la digitalización, casi siempre se relacionaba a las TIC's; pero debido a los cambios radicales que la pandemia de la COVID-19 trajo a todo el mundo el que hacer de muchas personas en especial aquellas ligadas al mundo empresarial cambio. Fue necesario un casi obligado adiestramiento en nociones básicas de herramientas digitales para continuar. Algunas instituciones u organismos mundiales lo avizoraban debido a las exigencias que el mercado mundial lo exigía, tal es así que en un informe de la OCDE una de las sugerencias de política sugirió reconocer y promover la mejora de competencias y habilidades en el siglo XXI. Señalando así que “La mayoría de estas competencias, si no todas, están respaldadas o mejoradas por TIC's” (OCDE, 2019).

Los cambios en la sociedad y diversas culturas -siendo el punto de partida las nuevas tecnologías- poseen efectos en las formas de uso y es de esperar que el fondo y la eficacia de estas formas sigan evolucionando. En el sector de restaurantes la forma de conectarse entre clientes y establecimientos hasta la manera de brindar la mejor experiencia está cambiando positivamente en la mayoría de casos mientras que en otros, los recursos limitados, resistencia al cambio, sumado al desconocimiento de planes estratégicos en esta crisis sanitaria contraponen el mesurado crecimiento de este sector. En este contexto, es importante entender acerca de la alfabetización digital y su alcance para la mejora de las capacidades y habilidades en los individuos, con el fin de aprovechar los beneficios e intervenir activamente en una sociedad más digital e inmerso de conocimiento; siendo ésta la llamada piedra angular para el desarrollo económico, tecnológico, innovación y éxito de la gestión estratégica empresarial en el mundo entero. Por ende, es urgente entender el significado de

las competencias digitales en la persona así mismo entender de que dicha construcción comprende la alfabetización y el dominio digital como parte de un conocimiento evolutivo. Tal es así, que para la UNESCO (2017) estas prácticas aportan a la ejecución de la Agenda 2030 en la cual precisa que todos los infantes, jóvenes y personas mayores indistintamente de su edad deben educarse y mejorar su conocimiento con el fin de permitirse trabajos dignos y total colaboración a la humanidad que sume un desarrollo sostenible. De este modo, teniendo en cuenta el aporte de Hurtado (2015) en su enunciado holopráxico se expresa la pregunta general de investigación: ¿Cuál es la incidencia de la alfabetización digital en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021?

En ese sentido, se detallan las siguientes preguntas específicas: ¿Cuál es la incidencia de la alfabetización digital en los lineamientos estratégicos, el análisis estratégico, la estrategia, y el control de la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021?

Justificación teórica: Tiene como finalidad examinar, conocer los fundamentos teóricos, generar reflexión y aportar conocimiento actual en relación a la necesidad de conocimiento que requiere todo aquel componente de una organización, ello partiendo de la teoría general de sistemas. Hernández et al. (2014), establece que el valor teórico de un estudio radica en responder algunas interrogantes como si se llenará algún vacío de conocimiento.

Justificación metodológica: se basa en la adaptación y elaboración de instrumentos de recolección de información adaptada al contexto actual sobre alfabetización digital en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida y puede ser empleado por otras personas una vez que sean probadas su confiabilidad y validez. La metodología empleada es de característica básica, explicativa y de corte transversal en la que se evaluara y explicara la incidencia de una variable en la otra. Es así que Hernández et al. (2014) afirma que la creación de los instrumentos, búsqueda de información y estudio de los datos brindan aproximaciones conceptuales de la variable y su incidencia.

Justificación práctica - social: esta investigación permitirá obtener información relevante en materia de gestión estratégica que beneficiará a aquellas personas que direccionen o se encuentren laborando en el sector gastronómico de comidas rápidas interesados en la solución de problemas

humanos relacionados a la alfabetización digital en las organizaciones, con ello se pretende aportar al desarrollo económico y potencial de los negocios y hacer frente a diversos cambios que afectan a las mismas. Es así que las empresas que se encuentren en situaciones similares puedan superar los obstáculos de la sociedad. Hernández et al. (2014) afirma que las investigaciones deben ser sustanciales para resolver una amplia gama de problemas prácticos.

Justificación epistemológica: los resultados de ésta investigación brindarán un aporte al conocimiento ya que la información referente a la alfabetización digital en las organizaciones son muy escasas dado que siempre se trabajó teniendo en cuenta un panorama educativo aplicado en los distintos niveles de la educación. Por otro lado, el aporte también se hará hacia las organizaciones, concientizando acerca de la relevancia que tiene el sumar conocimientos y habilidades exigidas por una sociedad cada vez más digital.

Así mismo, el objetivo general es: Explicar la incidencia de la alfabetización digital en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021.

En tanto, los objetivos específicos son: Demostrar la incidencia de la alfabetización digital en los **lineamientos estratégicos**, el **análisis estratégico**, la **estrategia**, y el **control** de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021.

La hipótesis general son explicaciones tentativas de un evento o fenómeno estudiado que relaciona dos o más variables formulándose como proposiciones o afirmaciones (Hernández, et al., 2014). Es así que se enuncia la siguiente hipótesis general: La alfabetización digital incide significativamente en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida de un centro comercial de Comas 2021. Así mismo, las hipótesis específicas son: (a) H1: La alfabetización digital incide significativamente en los lineamientos estratégicos; (b) H2: La alfabetización digital incide significativamente en el análisis estratégico; (c) H3: La alfabetización digital incide significativamente en la estrategia; (d) H4: La alfabetización digital incide significativamente en el control.

II. MARCO TEÓRICO

Para dar inicio a este capítulo se consideraron distintas investigaciones de acuerdo a las variables de estudio avocadas a distintas realidades. Según Orosco y Díaz (2018), los antecedentes pueden ser de carácter nacional e internacional, relacionadas al tema de investigación y redactadas según pautas recomendadas.

En ese sentido, se inicia a nivel nacional; según Apaza (2020) expuso la problemática basada en la necesidad del ciudadano del siglo XXI para hacer frente a la demanda de nuevas habilidades y capacidades digitales de una sociedad competente. El objetivo fue determinar si el programa tratado fortifica las competencias de gestión educativa. La metodología fue de tipo aplicada, cuasi experimental, no probabilística. La muestra fue de 50 directivos. En los resultados se observó una significancia de 0,01 con $p < 0,05$ que acepta que el programa de alfabetización digital mediado web 2.0 fortalece significativamente las competencias de la gestión educativa en los directivos de Santiago de Chuco. El aporte de esta investigación se relaciona con la variable alfabetización digital que servirá de apoyo a la discusión general del estudio.

Por su parte, Peña (2017), en su estudio resalta la carente gestión de las mypes que toman una gestión empírica, sumado la falta de capacitación, y amenazas del entorno se dirigen al quiebre o cambio de rubro. Su objetivo fue determinar las características que tiene la capacitación y competitividad en los restaurantes vegetarianos mype en Piura. Su metodología fue cuantitativo, descriptivo, no experimental transversal, la muestra fueron los dueños de tres mypes y 272 clientes. La técnica fue la entrevista y encuesta. Concluyo en que las mypes de este sector carecen de formas más didácticas de capacitación, así como un 67% de colaboradores creen en que ello desarrollaría sus competencias, habilidades, conocimientos, mejor actitud y conducta en sus labores, el 20% estaría interesado en conocer más de estrategias de venta y marketing, y solo el 7% le interesaría reforzar su capacidad de gestión de servicio. Ello aportara a la discusión de la tercera hipótesis.

En tanto, Serna y Barrientos (2017), relataron la existencia de una inadecuada gestión estratégica en una institución pública a pesar de ponerse en práctica un procedimiento para las adquisiciones de bienes y servicios, el objetivo es determinar de qué manera la gestión estratégica se relaciona con la

gestión de contrataciones de bienes y servicios en el área de abastecimiento de una institución pública de salud, la metodología es no experimental, transaccional, descriptivo correlacional. La unidad de análisis fue la totalidad de trabajadores del área siendo el muestreo no probabilístico, la muestra 30 personas que trabajan en la institución a quienes se encuestó los 2 cuestionarios de 20 preguntas con escala de Likert. Tuvo como resultados que ambas variables son valoradas de forma negativa y se encuentran correlacionadas de forma positiva y alta. Lo mencionado aportara a la discusión del cuarto hipótesis.

Así mismo, se enuncian los siguientes antecedentes internacionales.

Barrera, et al (2019) realizaron un estudio referente al rol fundamental de los directivos para asegurar la competitividad. El objetivo fue determinar la correlación de la gestión estratégica en las pymes del sector logístico. Fue de enfoque cuantitativo, descriptivo. La población fue de 40 personas (gerentes y colaboradores). Se utilizó como instrumento la encuesta con escala de medición Likert y procesamiento por spss. En el resultado se observó una $r = ,676$ y $p\text{-valor} = ,00 < 0.01$ confirmando la existencia de una fuerte correlación entre la gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad en las organizaciones, con ello se afirma que la competitividad es el resultado de una óptima gestión estratégica y no debe manejarse a la ligera siendo necesario el empleo de las múltiples herramientas en su haber. Lo mencionado aportara a la discusión de la tercera hipótesis.

Por su parte, Bueno (2017) resalto en su investigación la pérdida de competitividad a mediano y largo plazo del sector restaurantero. Su objetivo fue obtener un panorama actual acerca de la situación de los restaurantes desde la mirada de los empresarios y encargados. Su metodología fue cualitativa, basado en la teoría fundamentada, se realizaron encuestas y entrevistas semiestructuradas a 11 propietarios. Sus resultados se basaron en que es necesario contar con colaboradores que autodidactas y comprometidos; así mismo, es urgente que los colaboradores posean una cualificación media a alta en el manejo de las TIC's, lo que resultaría en mayor productividad y competitividad, algo que, a diferencia de la necesidad de contratar profesionales en el campo, este último es considerado como un factor diferenciador mas no indispensable ya que con conocimientos básicos es suficiente. Concluyo en que

hace falta instruir al personal en herramientas TIC's para la mejora del servicio. Lo expuesto aportara información suficiente a la discusión de la tercera hipótesis.

De la misma manera, García, S. (2017), mencionó la problemática sobre la existencia de brecha digital para formar en aptitud digital partiendo de la educación formal. El objetivo fue describir la oportuna alfabetización digital y establecer los componentes idóneos para su puesta en marcha. La metodología es de enfoque cualitativo, con uso de análisis documental de la literatura. Se concluye en que la brecha social y digital están cercanamente relacionadas ya que los programas existentes para contrarrestar la problemática se dirigen a una parte de la población marginada con carencias para su acceso a herramientas online, así mismo resaltan cinco ejes primordiales que al desarrollarse se puede considerar a una persona alfabetizada digitalmente. Dicho antecedente aportara a la discusión de la hipótesis general.

No obstante, Gomez (2016), mencionó el incremento imparable del desempleo en personas mayores por falta de competencias exigidas por el mercado actual, siendo así el objetivo estudiar las condiciones de transición laboral de personas mayores. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, fenomenológico y análisis documental de: Trabajadores mayores en España, Contexto socio-laboral, y Alfabetización digital. Los resultados se basan en adoptar una perspectiva transversal de impulso e inclusión digital en todo género, ámbito, nivel y etapa en la que se involucre las personas mayores, así como también el diseño de hardware y software adaptadas a estas personas y sus realidades. Lo mencionado aportara a la discusión de la hipótesis general planteada.

En tanto, Guerra et al. (2019) sostienen que cada vez las organizaciones requieren de información confiable y en el momento oportuno que le permita conducirse hacia una sostenibilidad. El objetivo fue sistematizar el proceso de la gestión estratégica a través de un BSC. La metodología de enfoque mixto, nivel descriptivo, tipo aplicada, diseño no experimental. Se utilizó como técnica a la observación, entrevista y encuesta. Se concluyó que la herramienta empleada es de mucha utilidad ya que brinda información de calidad para un mejor desempeño de las organizaciones.

De la misma manera, Mendoza (2017) Planteó como problemática la desigualdad para el acceso a material y uso de internet como consecuencia de

la creciente actividad en el medio online. El objetivo es identificar la capacidad de acceso a internet de los estudiantes de una universidad. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativa, descriptiva. La población es de 858,262 jóvenes estudiantes de bachillerato de 16 a 18 años y la muestra de 3754. Concluyo en la existencia de una brecha a nivel de infraestructura y accesibilidad que afecta al uso y alfabetización de los jóvenes estudiantes, por tanto, se sugiere el desarrollo de políticas en las tres etapas de la alfabetización.

De igual forma, Pérez (2016), sustento la problemática basada en la sociedad del conocimiento que genera grandes cambios epistemológicos, estructurales, y de paradigma educativo que obliga a un reajuste de la alfabetización tradicional al medio online. El objetivo fue realizar un análisis a detalle acerca de las competencias digitales, y la alfabetización digital en docentes y estudiantes de nivel primario. La metodología es cuantitativa, no experimental, correlacional. La técnica fue la encuesta y cuestionario de 44 ítems. La muestra fue de 677 estudiantes de educación primaria. Se concluye en que los planes de aprendizaje con fin de desarrollo de competencias digitales del profesorado son suficiente y variada, sin embargo, los docentes sienten no encontrarse preparados en el uso pedagógico de competencias digitales, por tanto, sugieren una formación constante.

De la misma manera, Paladines et al. (2020) sostienen que la aceleración en los entornos digitales provoco que las organizaciones ajusten sus estrategias de posicionamiento, y forma de comunicación en los medios sociales. Su objetivo fue analizar la gestión de la comunicación 2.0 en las principales empresas del sector turístico y gastronómico del Ecuador en Twiter. Su metodología fue de enfoque mixto, su población fue de 40 empresas según el ranking EKOS y su muestra de 10 empresas investigadas desde el primero de enero al 30 de junio del 2018. Dando como resultado la existencia de un bajo uso de estrategias de comunicación 2.0 en dichas empresas, por lo que es necesario dar frente a estos negocios para su mantenimiento, además de que los clientes cada vez buscan más seguridad en las estrategias de comunicación. Ello aportará a la discusión de la hipótesis general de la investigación.

Finalmente, Romero (2016), el objetivo fue proponer un modelo que gestione estratégicamente una institución y que incida en los planes estratégicos de universidades públicas. La metodología es de enfoque cuantitativo, no

experimental transversal, nivel explicativo correlacional. La técnica fue la encuesta e instrumento cuestionario de tipo Likert, la misma que fue aplicada a 530 funcionarios de la Universidad Técnica de Machala. En el resultado resalta la existencia de una relación positiva entre la gestión estratégica y la planificación estratégica institucional. Dicho estudio aportara a la discusión de la primera hipótesis específica.

Posterior a los antecedentes nacionales e internacionales, se presentan las bases teóricas que sustentan la investigación:

La teoría general de sistemas, desde una perspectiva holística; se sabe en primera instancia que para hacer un excelente trabajo se necesita el querer, el saber y el poder hacerlo. Y es que solo in situ la teoría se convierte en práctica comprobándose la efectividad de la acción, que en grandes niveles acrecienta el conocimiento y contribuye a la sociedad. En ella, según García (2020) como componente fundamental se encuentra a la persona, poseedora de conocimientos avocados a sus distintas realidades, fundamental más aun en aquellos con numerosas responsabilidades o en cargos directivos.

El conocimiento en aquellos con altos cargos son de igual medida el conocimiento de la organización, lo que a la realidad en algunos casos su actuar se basa en supuestos. Uno de los pensadores es Von Bertalanffy (2004) quien define a sistema como el grado de interacción entre los distintos sistemas y el suprasistema –con elementos en su interior que de forma separada sería imposible su funcionamiento- y resalta según su naturaleza dos clases de sistemas; cerrado, donde no existe posibilidad de ingreso o salida de algún componente; y abierto, en el que existe constante transito e interacción de componentes, retroalimentación y posibilidad de una transición a una entropía negativa. Así mismo, Ashby (1954) se centra en los cambios resultantes durante el proceso de aprendizaje, y que ello lleva al sistema a adaptarse mejor, considera como tal a un sistema ultraestable que aprende siempre positivamente.

Por su parte, Pérez (1974) refiere una teoría de sistemas basada en el aprendizaje, en el que existe una interrelación entre inputs y outputs generándose cambios que son denominados aprendizaje, en el operan cuatro tipos de sistemas; (a) estables, el estímulo brindado entre sus elementos interviene para generar actuación, cambios, respuestas que permitan la

continuidad del proceso, pero no al grado de generar un cambio en la respuesta del elemento, es decir, la experiencia no deja impresión alguna; (b) ultraestable, el estímulo permite un aprendizaje positivo, pudiendo obtener respuestas a niveles altos la cual conduciría a la sabiduría; (c) libre, permite un aprendizaje que no siempre es satisfactorio, la dirección depende de la decisión que se tome y a ello sumado el incontrol del entorno acrecienta la posibilidad de desaparecer, ésta es una muestra de cómo es concebida hoy en día las organizaciones; (d) libre-libremente-adaptable, existe la posibilidad de aprender de manera positiva o negativa depende solo de las decisiones que tome el sistema.

En un estudio meta-marco de alfabetización digital que comprende la Unión Europea, Unesco, y OCDE de los años 2012, 2018 y 2019 respectivamente, señalan que la alfabetización digital es indispensable para conseguir un empleo y/o el desarrollo de un emprendimiento, todos refieren en que más allá de la instrumentalidad se debe enfocar en lo social; es decir, con miras hacia una activa y efectiva ciudadanía en congruencia con un desarrollo social-intelectual, ello acrecienta la funcionalidad de la persona en un entorno digital (Bravo et al., 2021).

En referencia a la normativa peruana vinculada a la alfabetización digital Flores (2020) señala lo siguiente: La ley N° 1412 Ley de gobierno digital, dentro de sus registros muestra a la inclusión digital con enfoque de atención a trámites y servicios a la ciudadanía.

El Plan Nacional de Gobierno Electrónico 2013-2017 contempla a la inclusión digital como enseñanza de TIC´s para niños, adolescentes y adultos en general. El plan de desarrollo de la sociedad de la información en Perú – La agenda digital 2.0, se refiere a la alfabetización informacional relacionado a la educación digital en TIC´s

Por su parte, el Ministerio de Educación, en su Ley N° 28044 Ley general de educación; toma en cuenta a las TIC´s para la mejora de la educación en sus distintos niveles y lo toma como un derecho que poseen las personas en general. Mientras que, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones; en la Ley N° 29904 Ley de Promoción de la Banda Ancha y Construcción de la Red Dorsal de Fibra Óptica, en el artículo 23: “Alfabetización digital, El Estado incluye en sus políticas de educación, la formación de capacidades necesarias para el aprovechamiento de los beneficios asociados a la Banda Ancha”. Con relación a la implementación

de la Alfabetización digital, el artículo 44.1 del Reglamento, señala que el MINEDU, en coordinación con la ONGEI y el MTC deben diseñar el Plan Nacional de Alfabetización Digital (Ministerio de Transportes y Comunicaciones, 2013).

Lo antes expuesto señala a nivel de normativas, las distintas implicancias y acciones que viene tratando el gobierno en lo que concierne a alfabetización digital, cabe señalar que desde sus distintos enfoques se da prioridad a los más vulnerables en temas de aprendizaje y desarrollo, mas no existe alguna que enfatice la alfabetización digital como competencias y habilidades básicas para el desarrollo de las empresas.

Por lo expuesto, surge la necesidad de ahondar de forma particular sobre la alfabetización digital desde una aproximación distinta a la educación o de inclusión como se enfocan diversos estudios, sino desde una postura organizacional, es decir se requiere explicar la incidencia de la alfabetización digital en la gestión estratégica de las empresas, para ello se ha realizado una búsqueda exhaustiva de definiciones de las variables a estudiar y sus dimensiones.

En relación a las bases teóricas de la segunda variable se expone lo siguiente:

Según Rocca (2017), plantea un Modelo de Gestión Estratégica en base al vínculo interno que posee solo aquellas fases proveedoras de lineamientos estratégicos con intervención activa del flujo de pedidos y la cadena de valor, lo que se busca es corroborar la solicitud acorde al proceso de elaboración del producto gestionando de manera adecuada y oportuna los insumos.

Por su parte, Robbins (2002), plantea los elementos del Proceso de Administración Estratégica; i) Identificación de la misión, objetivos y estrategias; ii) análisis FODA; iii) formulación y ejecución de estrategias; iv) evaluación. En tanto, Certo (2003), instaura un llamado Marco de Referencia para la Administración Estratégica, que implica: i) análisis ambiental; ii) dirección organizativa; iii) formular la estrategia; iv) ejecución de estrategia; v) control; vi) retroalimentación.

Así mismo, Fred (2003) explica un Modelo General de la Administración Estratégica, basada en: i) la formulación de estrategias, que integra la aclaración de la misión, visión, auditoria interna y externa, objetivos, evaluación y selección

de estrategias; ii) implementación de estrategias, que incluye la implantación de la misma relacionado a la gerencia y sus unidades funcionales; iii) evaluación de estrategias, que se encarga de medir y evaluar el rendimiento; y iv) retroalimentación.

Según Delgado (2007), propone el llamado Modelo de Administración Estratégica para Empresas restauranteras típicas, el cual busca sumar a la competitividad en el mercado, implica dos fases: i) analizar el ámbito externo; ii) analizar el ámbito interno; y cuatro componentes clave, como; (a) el contexto, que busca estudiar la situación en la que se encuentran las empresas; (b) la entrada, en él se muestra los elementos de la gestión y la evaluación continua; (c) el proceso, centrado en la productividad y calidad, necesarios para la industria; (d) producto, eje principal para el éxito de dichos establecimientos.

En cuanto a los enfoques conceptuales de las variables y sus componentes se detalla lo siguiente:

La primera variable alfabetización digital, según García (2017) es el desarrollo de habilidades para el consumo consciente de información con el objetivo de crear conocimiento sujeto a los preceptos de la era online. Así, mismo, según Tirato (2012) es el dominio de las ideas mas no de las teclas. Es decir, abarca el “conocimiento de diversas fuentes de información digitales, criterios éticos para hacer uso de la información, hacer uso y tenencia de dispositivos, entre otros elementos” (Guillén, et al., 2016, p.29-30). En tanto, debe estar correctamente entendido que ello, no se refiere a que toda persona debe conocer lo mismo, en la misma manera y tiempo, las personas deben adquirir el nivel de competencia que sea conveniente (Ontiveros, 2005).

Así mismo, la alfabetización digital también llamada alfabetización informacional “son todas aquellas competencias y habilidades, como el sentido crítico, el entendimiento ético sobre la información relacionada a la implicancia política que las personas requieren para un mejor desenvolvimiento” (Torrell, 2020).

Es así, que, durante el tiempo de aislamiento y pausa a las labores, la adaptabilidad a la tecnología digital fue fundamental para mantenerse, ésta posibilidad de continuar las actividades desde casa hizo que muchos negocios se mantengan y limiten el impacto de la crisis; en Perú, 14% de trabajadores realizó teletrabajo la última semana de mayo (CEPAL, 2021). De ello, la

acelerada digitalización en todo sentido y las amenazas actuales del entorno, demandan que los ejecutivos ante la falta de conocimiento busquen soluciones para contrarrestar la incertidumbre, como trazar una vía de aprendizaje de acuerdo a sus retos e intereses para tomar decisiones ágiles, así como riesgos de forma inteligente (Cano, 2018).

De lo mencionado, se denota la brecha digital aun existente en la sociedad indistintamente del nivel socioeconómico o sector; de lo cual, se relacionan la disponibilidad de hardware, el acceso a conectividad, el entendimiento del uso de herramientas, y el poder de adaptar la información disponible al saber de uno mismo (SEDAPAR, 2018). Es por ello “que los grandes cambios que se dan en la actualidad que originan las TIC’s es crucial que más profesionales se doten de una formación de calidad tal como la sociedad exige” (Gomez et al.,2021).

Por otro lado, siguiendo con lo mencionado por Martínez et al. (2020), dichos autores señalan seis grupos considerados forjadores de competencias, en ellas se encuentran; (a) cognitiva, que se avoca a la resolución de problemas, análisis, razonamiento, creatividad, etc; (b) operativo, relacionado a la instrumentalidad; (c) critica, toma en cuenta los valores para el manejo de la información; (d) social, se integra y participa del ecosistema online; (e) emocional, relacionado a la relación saludable; (f) proyectiva, sensibiliza la actitud frente al cambio dando solución con el uso de TIC’s innovadores (p. 91).

En tanto las dimensiones de alfabetización digital son las siguientes:

Dimensión 1. Instrumental. Según Guillen et al. (2016), es el entendimiento efectivo y alcance de habilidades referidos al manejo de hardware y software.

Dimensión 2. Cognitivo-intelectual. Según Guillen, et. al. (2016), se refiere al entendimiento del nuevo conocimiento que posibilite indagar, distinguir, examinar, explicar, recrear dicha información con el fin de estudiarla críticamente y reedificarla. Así mismo, una alfabetización basada en el aprendizaje critico-reflexivo que busca impulsar a las sociedades con el buen uso de la información en línea, de ello se desprende “la llamada alfabetización digital critica que es elemental en distintas materias como el desarrollo educacional, político, y cívico” (Flandoli y Euguiguren, 2021).

Dimensión 3. Socio-comunicacional. Según Guillen et. al. (2016), se refiera a la habilidad de transmitir información con el uso de TIC’s empleando

texto de distinta naturaleza que muestre una actitud social positiva basada en el respeto, empatía en el medio digital, y una labor colaborativa a la sociedad. Es por ello “que es fundamental mejorar la formación de las personas que implique un sentido de responsabilidad, capas de consumir y crear información mediática libremente, con responsabilidad, crítico y creativo” (García et al., 2014). Así mismo, es necesario trabajar en habilidades desde un enfoque multidimensional, ya que es improbable que aquella labor que implique una habilidad socio-emocional e interacción social compleja se reemplace por tecnologías, siendo crucial el desarrollo de habilidades sociales que el sector requiere (Berger y Frey, 2017).

Dimensión 4. Axiológica. Según Guillen et al. (2016), se refiera al empleo de valores éticos, democráticos y reflexionar acerca de la incidencia que tiene el entorno cultural y política de la sociedad en las TIC’s.

Dimensión 5. Emocional. Según Guillen et al. (2016), es relativo al conjunto de emociones causadas por la experiencia en los medios online y ello se relaciona con la creación de una identidad digital determinada por un equilibrio afectivo-individual en manejo de las TIC’s.

En la segunda variable, gestión estratégica. Según Romero (2016) “es un proceso global que apunta a la eficacia, integrando todas las fases del proceso estratégico, considerando también el indicador de eficiencia y efectividad que, enlazados a otros sistemas de gestión, responsabiliza a todos los gerentes por el desarrollo e implementación de estrategias” (p. 28). En el resalta la importancia de desarrollar y sobre todo poner en practica formas de medición y monitoreo a las actividades encomendadas a la búsqueda del objetivo.

Así mismo, según D’Alessio (2015) la gestión estrategia puede ser comprendida con respecto a su procedimiento de gestación o de contenido, en cuanto al proceso, es fundamental saber conducir la función de reflexión, organización y uso de la técnica, ya que ello dependerá de su prosperidad, sea para éxito o fracaso. En tanto, las organizaciones solo podrán obtener resultados satisfactorios si toman en cuenta e entorno, el cambio, la mejora continua, la innovación en TIC’s y gestión administrativa (Cárdenas et al., 2019)

Por otro lado, Gutiérrez (2017) menciona que la gestión empresarial es uno de los componentes de la informática más desarrollada, tareas como las de registrar, controlar, gestionar, atender, etc., tienen la alternativa de sencillamente

automatizarse; es decir, es más frecuente que tanto personas y empresas recurran y obtengan una presencia masiva en el internet y uso de aquellos complementos para un mejor resultado. Así mismo, menciona que la democratización del medio online requiere de actitudes y valores propios de la alfabetización ética basada en la formación de las personas e inmersos en una sociedad real y un ciberespacio justo.

En tanto, las dimensiones de gestión estratégica son las siguientes:

Dimensión 1. Lineamientos estratégicos. Según Alfonso (2019) “son normas y objetivos que forman parte esencial y base de una empresa, la cual debe estar debidamente estructurada y alineada a la misión antes y durante la creación de una empresa, todo ello fundamenta el actuar de la misma en el futuro” (p. 5). Estos lineamientos deben estar fuertemente inmersos en los responsables de liderar una organización, de ese modo fomentar con convicción el mismo siendo la base para el logro de objetivos. Como tal, de acuerdo a Armijo (2009) se plantean como partes esenciales de los lineamientos estratégicos; (a) la visión, se considera a largo plazo de 10 a 15 años; (b) la misión, se considera un mediano plazo de 5 a 6 años; y (c) los objetivos, para su efectividad se considera a un plazo de 2 a 3 años, todos ellos serán llamados indicadores en ésta investigación.

Dimensión 2. Análisis estratégico. Según Gonzales (2017) se refiere a evaluar el análisis interno y externo de una empresa saber en qué posición se encuentra frente a la competencia, los aspectos de mejora y los recursos a favor con las que cuenta. Es así que la idea principal del análisis estratégico busca diseñar de forma óptima (organización) la alternativa que más se ajuste al entorno. En concordancia con Martínez y Milla (2012) para que las estrategias sean efectivas es muy necesario realizar un análisis interno y externo en la organización, las mismas que son tomadas como indicadores en éste estudio.

Dimensión 3. Estrategias. Según Gonzales et al. (2019) “son acciones que buscan consolidar el logro de los objetivos planteados” (p. 253). Así mismo, Mintzberg (1994), las estrategias implícitas son aquellas que resultan de manera espontánea sin premeditación ni planeación, también denominada informal, mientras que las estrategias explícitas son el resultado de toda una planeación paramétricamente elaborada. En la mayoría de casos, así como la industria de los restaurantes, los responsables intervienen activamente en el establecimiento

de las estrategias aun sin conocer enteramente el significado de la gestión estratégica. Entre sus distintas clases están las basadas en producto, mercado, crecimiento, finanzas, organizacional, personal (Rodríguez, 2005). por su lado Porter (1990) lo define como la manera de distinguirse de los demás, ya sea al elegir dicha actividad o el modo en la que se llevan a cabo. En tanto, según Mintzberg (1998), señala tres conjuntos de escuelas que tratan a la estrategia de distintos ángulos:

El primero, partiendo del origen prescriptivo basada en la formulación de la estrategia, se tiene a: i) la escuela de diseño, basado en la elaboración de la estrategia informal; ii) la de planificación, basado en la formulación de tipo formal; y iii) la de posicionamiento, elegible de acuerdo al lugar que ocupe en el mercado.

El segundo, cuenta con seis escuelas basadas la preparación de la estrategia; i) escuela de emprendimiento, alineado a la visión; ii) cognitiva; iii) aprendizaje; iv) poder; v) cultural; y vi) del entorno

El tercero, se centra en la escuela de la configuración, donde la elaboración de estrategias implica un cambio en los procesos o situación propia de las organizaciones. (ver anexo 11)

Dimensión 4. Control. Según Gonzales (2017) “se refiere al monitoreo del desempeño de los colaboradores en las empresas, con ello se busca verificar el correcto cumplimiento de las actividades de manera exitosa y en función a los objetivos organizacionales” (p. 80). Ello, forma parte de la intranquilidad de las organizaciones de hoy en día ya que el ser competitivo está estrechamente relacionado con el correcto flujo de sus procesos, la productividad y por tanto con la formación, asociada a la transmisión de conocimientos y habilidades relacionadas al uso de las TIC’s que está en constante cambio. En tanto; el control permite el monitoreo de cada etapa y tiene el poder variar y mejorar aquellas actividades que no sumen al proceso.

En los pequeños y medianos negocios no es tarea sencilla optar por alguna estrategia sin antes pensar en aquellas particularidades que devienen, ya que el tamaño de la misma condiciona su respuesta ya sea por el volumen de producción que es lo más frecuente entre otros; así mismo, la dirección del líder en el largo plazo y las decisiones sin planificación es a veces incierta; por ello, aquel negocio sin estrategias debidamente pensadas navega a su suerte

dependiendo únicamente de la improvisación del dueño (Guadalupe, 2014). Siendo lo antes mencionado, realidad de muchas empresas, quienes durante su aprendizaje intentan emplear un mesurado benchmarking de empresas competitivas en su sector, pero que no siempre son las mismas realidades que afrontan estas empresas, perdiendo el sentido en que cada una se caracteriza por su valor agregado y entre otros.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El presente estudio es de paradigma positivista, ya que busca lo siguiente:

La posibilidad de llegar a verdades absolutas en la medida en que se abordan los problemas y se establece una distancia significativa entre el investigador y el objeto de estudio. Partiendo de una postura epistemológica, dicho paradigma distingue al investigador como una persona ecuánime y la realidad que es tomada de manera indistinta y de forma objetiva sin intervención del sujeto (Miranda y Ortiz, 2020, p. 7).

El tipo de Investigación fue básica, porque se basa en el análisis de temas no estudiados o poco estudiados, por tanto, se pretende sumar nuevas nuevos conceptos o teorías a los ya existentes.

El nivel de la Investigación fue explicativo, dado que según Esteban (2018) su fin es “el descubrimiento de nuevas leyes científico – sociales de nuevas micro teorías sociales que expliquen las relaciones causales de las propiedades o dimensiones de los hechos, eventos del sistema y de los procesos sociales” (p. 2). Además, da respuesta a los eventos y/o fenómenos de la sociedad y las condiciones en que esta se manifiesta, relacionando dos o más variables y generando un sentido del entendimiento (Hernández et al., 2014).

El diseño de esta investigación fue no experimental, dado que no existe manipulación alguna de variables, solo se observan los fenómenos y/o situaciones ya existentes (Hernández et al., 2014).

Así mismo, esta investigación fue de corte transversal ya que se recolectaron datos en un único momento buscando analizar la incidencia de las variables en su momento dado.

Por último, el enfoque fue cuantitativo porque recolecta información para la comprobación de hipótesis en base al cálculo numérico y uso de métodos (Hernández et al., 2014).

3.2 Variables y Operacionalización de variables

Variable, según Cid et al. (2011) define que se puede aplicar hechos, fenómenos, persona y otros seres vivos, ya que tienen una variación la cual se puede medir y observar.

En la Operacionalización se determina las variables que fueron estudiadas en la investigación con el fin de decretar sus dimensiones e indicadores. Según Cid et al. (2011) definen que la operacional es una agrupación de actividades y procedimientos que deben de ejecutar para poder calcular una variable.

En tanto la variable independiente; Alfabetización digital, según el autor base tomado para esta investigación menciona que abarca el conocimiento de diversas fuentes de información digitales, criterios éticos para hacer uso de la información, hacer uso y tenencia de dispositivos, entre otros elementos (Guillén et al., 2016). El mismo autor también define operacionalmente como sus componentes; instrumental, cognitivo intelectual, socio comunicacional, axiológico, y emocional, las mismas fueron tomadas para éste estudio. Además, de los componentes se desprende los indicadores; hardware, software, aprendizaje, herramientas de comunicación efectiva, empleo de la ética, reflexión social cultural, identidad digital basada en el equilibrio afectivo individual. Finalmente, los niveles utilizados fueron; eficiente (63-85), moderado (40-62), y deficiente (17-39).

En la variable dependiente; gestión estratégica, el autor base tomado para esta investigación menciona que es un proceso global que apunta a la eficacia, integrando todas las fases del proceso estratégico, considerando también el indicador de eficiencia y efectividad que, enlazados a otros sistemas de gestión, responsabiliza a todos los gerentes por el desarrollo e implementación de estrategias (Romero, 2016). De ello, para esta investigación se ha operado y se desprende sus propias dimensiones; lineamientos estratégicos, análisis estratégico, estrategias, y control. Así mismo, se desprende sus indicadores; misión y visión, objetivos, análisis interno, análisis externo, formulación de estrategias, implementación de estrategias, supervisión y monitoreo, e indicadores estratégicos. Finalmente, los niveles utilizados fueron; eficiente (59-80), moderado (37-58), y deficiente (16-36).

3.3 Población, muestra y muestreo

La unidad de análisis fue formada por los encargados, supervisores y/o gerentes de los restaurantes de comida rápida quienes son considerados responsables de la planeación y monitoreo de la gestión estratégica en dichos restaurantes universo de la investigación.

Criterio de inclusión. Encargados, supervisores y/o gerentes restaurantes de comida rápida ubicados en el patio de comida del centro comercial, sean pertenecientes a Comas

Criterio de exclusión. Encargados, supervisores y/o gerentes de restaurantes fuera del centro comercial, encargados y/o gerentes de restaurantes, cafeterías, pastelería, y expendios de comida ubicados fuera del patio de comida, módulos de comida rápida (islas).

En ese sentido, según lo publicado en la página web y lo corroborado in situ se presentan diecisiete restaurantes de comida rápida, dentro de ellos los encargados, supervisores y/o gerentes siendo un total de 68 responsables del correcto funcionamiento de dichos establecimientos.

La muestra fue censal, y estuvo conformada por encargados, supervisores y/o gerentes de los restaurantes de comida rápida, siendo éste un total de 68 responsables. Según López (1998) explica que la muestra es censal si se toma como muestra a la totalidad de la población.

3.3.4 Unidad de Análisis

Estuvo compuesto por aquellos encargos, supervisores y/o gerentes de los restaurantes de comida rápida de un centro comercial en el distrito de Comas.

3.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos

Para el recojo de información de las variables alfabetización digital y gestión estratégica, la técnica a emplear fue la encuesta. Al respecto Malhotra (2008) menciona que es un conjunto de preguntas debidamente organizadas y direccionadas a la muestra de una población de manera física o virtual.

El instrumento fue el cuestionario, en la variable 1 “alfabetización digital” se tomara el modelo usado por Paitan (2020), la cual se adaptó al contexto actual de la investigación, esta se divide en cinco dimensiones y siete indicadores de las que resultaron 17 ítems, mientras que para la variable 2 “gestión estratégica” se divide en cuatro dimensiones y ocho indicadores de las que resultaron 16

ítems, para todas ellas se aplicó la escala de Likert con las categorías de; siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2) y nunca (1). Según Malhotra (2008) se recopila información exacta de los encuestados a través de las preguntas.

Tabla 1

Ficha técnica del instrumento

Nombre de la Investigación:	"Alfabetización digital en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021"
Investigadora	Ruddy Vanessa Carhuapoma Mezarina
Aplicación:	Octubre 2021
Universo:	Encargos, supervisores y/o gerentes de los restaurantes de comida rápida de un centro comercial en el distrito de Comas
Diseño Muestral	Censal
Tipo de Investigación:	Básica
Muestra:	68 participantes
Técnica:	Cuestionario presencial (formulario google)
Margen de error y Confiabilidad:	El margen de error es de 5%, $V1=0.94$ y $V2=0.92$

Nota. Elaboración propia

Previo a la aplicación del cuestionario, se realizó la validación de contenido a través de juicio de expertos, éste fue evaluado y validado por profesionales en la materia que garantizan la efectividad del mismo.

Tabla 2*Validez de expertos*

Grado	Especialidad	Apellidos y Nombres	Resultado
Dra. Administración	Temático	Nelly Melissa Vilca Horna	Aplicable
Dr. Administración	Temático	Agliberto Cifuentes La Rosa	Aplicable
Dra. Administración	Temático	Elva Sandoval Gomez	Aplicable
Dra. Administración	Temático	Cecilia Plascencia Mariños	Aplicable
Dr. Administración	Metodológico	Walter Vasquez Mondragón	Aplicable

Nota. Tomado de ficha de validación

Para la comprobación de la efectividad del instrumento se utilizó la prueba binomial para cada variable, el resultado concluyó en que el instrumento es válido según la opinión de los jueces expertos, ya que el valor fue menor que 0.05 (0.0000305) en ambos casos.

Por otro lado, se realizó también la validez de constructo, según la prueba de coeficiente de rangos de spearman que evaluó la correspondencia entre los componentes del constructo y el concepto de alfabetización digital fueron satisfactorios, ya que se pudo observar que los coeficientes de correlación además de ser significativos ($p < 0.05$) se encuentran en un rango de correlación positiva considerable ($,598^*$) a positiva perfecta ($,933^{**}$); por tanto, se evidencia que el instrumento presenta validez de constructo. Así mismo, respecto al constructo de gestión estratégica la correlación entre la variable y sus componentes son significativas ($p < 0.05$) en un rango de correlación positiva considerable ($,575^*$) a positiva muy fuerte ($,897^{**}$) es decir existe evidencia de validez de constructo para dicha variable.

La confiabilidad del instrumento se efectuó a través del Alfa de Cronbach, para ello se aplicó el instrumento a un conjunto de quince personas representativas con características similares al de la muestra en un Centro Comercial del distrito de Los Olivos, posteriormente se realizó la prueba de Alfa de Cronbach del cual se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 3*Cuadro de fiabilidad*

	Estadísticas de fiabilidad	
	Alfa de Cronbach	N de elementos
Alfabetización Digital	0,944	17
Gestión Estratégica	0,923	16

Nota. Tomado de base de datos

Los resultados muestran en las dos variables un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach en nivel alto para su aplicación.

3.5 Procedimientos

Las acciones que se siguieron en la presente investigación fueron las siguientes: Primero, se procedió con la formulación de los instrumentos de las variables “alfabetización digital” y “gestión estratégica”, que permitió recabar información suficiente para el estudio. Segundo, se validó la correcta elaboración del instrumento acorde a la problemática y variables de estudio mediante la validación de contenido, ello se realizó a través de juicio de expertos temáticos, metodológicos, y la prueba binomial, además se empleó la validez de constructo coeficiente de rangos de Spearman, ambos determinaron la suficiencia del instrumento. Tercero, se realizó la prueba piloto hallando el coeficiente alfa de cronbach para dar conformidad sobre el entendimiento del encuestado y no incurrir en sesgos de información al momento de su recolección. Cuarto, se determinó la muestra de estudio para la aplicación del cuestionario, ello fue realizado a 68 responsables de los establecimientos en mención, el proceso de recopilación de información se ejecutó a través de formulario de google y de manera presencial en el establecimiento durante el mes de octubre 2021, en dicho instrumento se detalló las instrucciones del correcto llenado, así como una breve inducción previa que intentó sensibilizar al encuestado acerca de la importancia del estudio. Quinto, se analizaron los datos obtenidos tabulando la información en Microsoft Excel para luego procesarlo en el software SPSS v25. Sexto, finalmente fueron analizados e interpretados en el presente estudio, y presentados acorde a las exigencias que la investigación amerita.

3.6 Método de análisis de datos

Se realizó teniendo en cuenta la estadística descriptiva e inferencial; en el primero –estadística descriptiva- se presentaron los resultados de las variables y sus dimensiones agrupados en niveles, representados en tablas de distribución de frecuencia y figuras. Respecto al segundo –estadística inferencial- se presentó los resultados de la prueba de ajuste del modelo y Pseudo R cuadrado en tablas de contingencias, correspondiente a la contrastación de hipótesis.

3.7 Aspectos éticos

Tuvo como base al método científico en su totalidad y se sostiene bajo los principios planteados por la Universidad Cesar Vallejo en la Resolución de Consejo Universitario N° 0262-2020/UCV. Los mismos son sustentados por Franca-Tarrago (2008) que expone sobre los principios éticos básicos en una investigación siendo éstas: beneficencia, autonomía, y justicia de los principios (p. 24). Así mismo, obedece a los derechos y créditos de cada investigación incluida en este estudio, las cuales fueron mencionados conforme a la necesidad del estudio y pautas de la normativa. Además, para la recolección de la información se dio a conocer la carta de consentimiento informado, en él se explicó el fin académico del estudio, manteniendo en reserva la identidad de los encuestados.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos de las variables en estudio

A continuación, se presentará el análisis descriptivo sustentado en niveles basadas en las variables de estudio y sus componentes. Según Izacara (2014) indica que los resultados se presentaran en función a los objetivos de investigación.

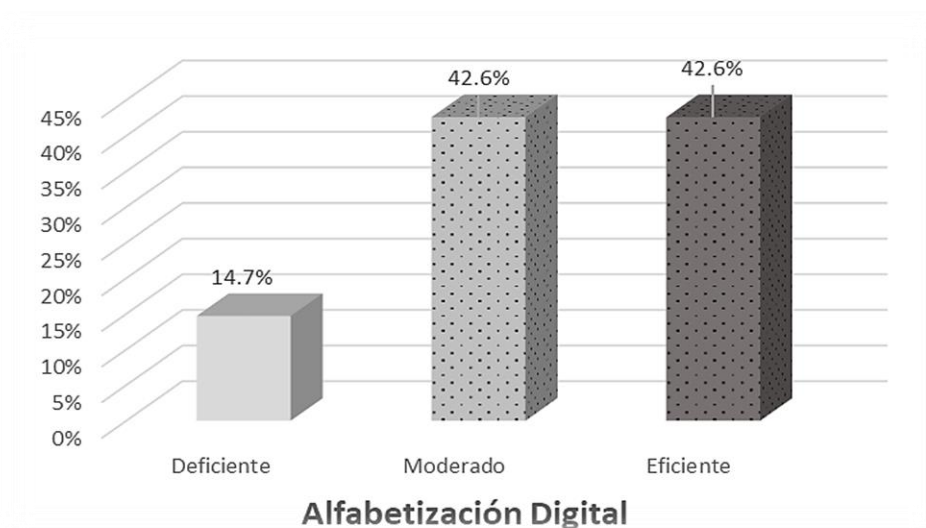
Tabla 4

Distribución de frecuencias de la variable alfabetización digital

Nivel	Alfabetización Digital	
	f	%
Deficiente	10	14.7
Moderado	29	42.6
Eficiente	29	42.6
Total	68	100.0

Figura 1

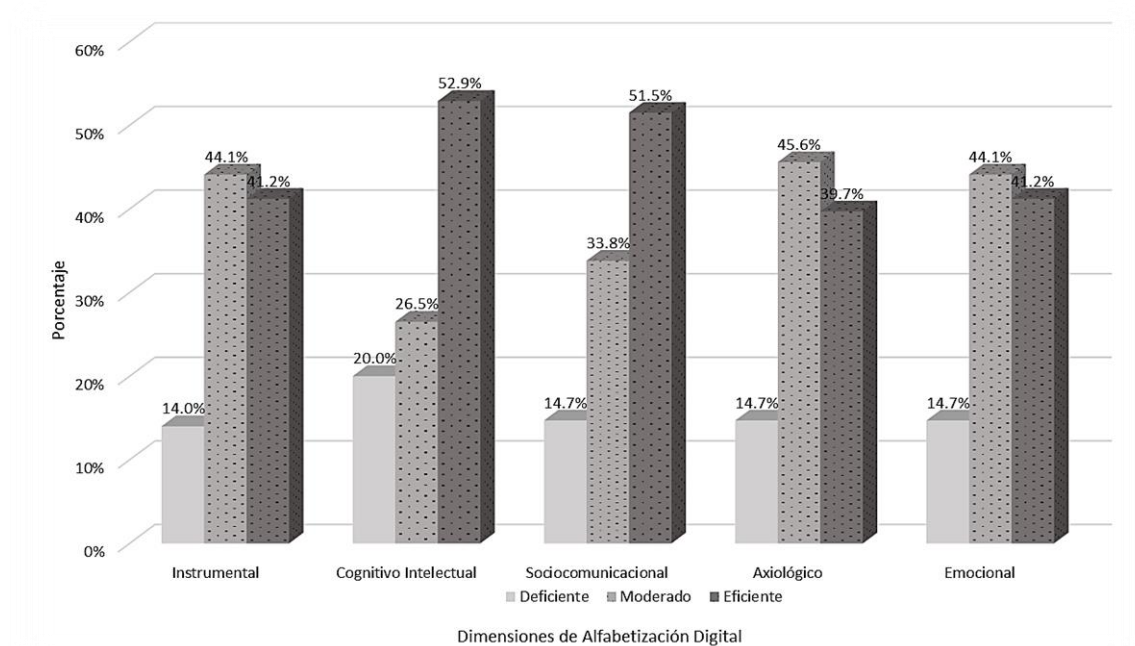
Niveles de la variable alfabetización digital



De la tabla 4 y figura 1, muestran que el 42.6% de los encuestados señalan que la alfabetización digital es de nivel eficiente, el 42.6% refieren un nivel moderado y el 14.7% restante manifiesta que el nivel es deficiente.

Tabla 5*Distribución de frecuencias de las dimensiones de alfabetización digital*

Nivel	Instrumental		Cognitivo Intelectual		Socio comunicacional		Axiológico		Emocional	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Deficiente	10.0	14.0	14	20.0	10.0	14.7	10.0	14.7	10.0	14.7
Moderado	30.0	44.1	18	26.5	23.0	33.8	31.0	45.6	30.0	44.1
Eficiente	28.0	41.2	36	52.9	35.0	51.5	27.0	39.7	28.0	41.2
Total	68	100.0	68	100.0	68	100.0	68	100.0	68	100.0

Figura 2*Niveles de la variable las dimensiones de alfabetización digital*

De la tabla 5 y figura 2, se observa que la prevalencia se encuentra en el nivel eficiente, donde el porcentaje menor según lo señalado es de 39.7% correspondiente a la dimensión axiológica, y el porcentaje más alto es del 52.9% la cual corresponde a la dimensión cognitivo intelectual. Así mismo, los elementos muestrales señalan que el nivel eficiente de las dimensiones se muestran porcentajes desde el 26.5% a 44.1%. Finalmente; referente al nivel deficiente, en cada una de las dimensiones se muestran proporciones que van entre 14% hasta 20%.

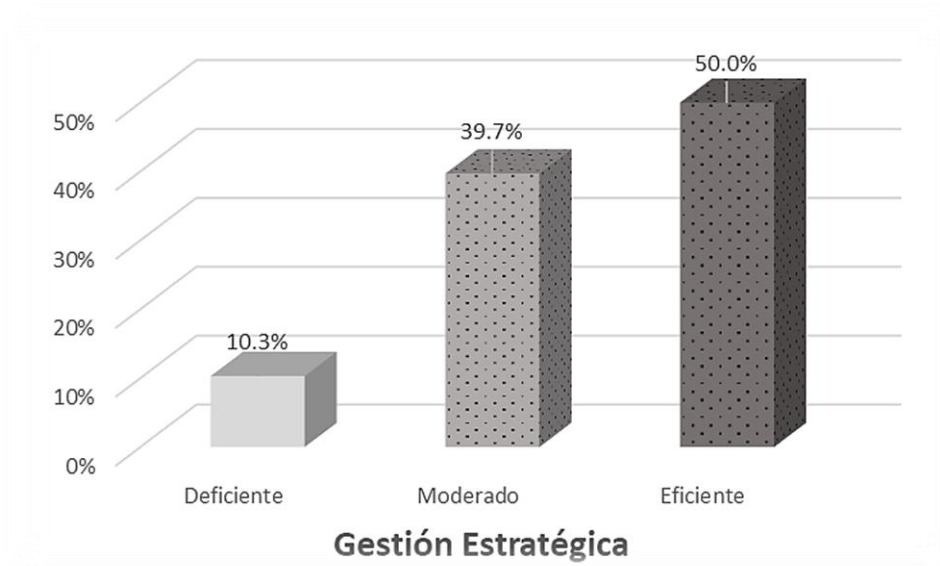
Tabla 6

Distribución de frecuencias de la variable gestión estratégica

Nivel	Gestión Estratégica	
	f	%
Deficiente	7	10.3
Moderado	27	39.7
Eficiente	34	50.0
Total	68	100.0

Figura 3

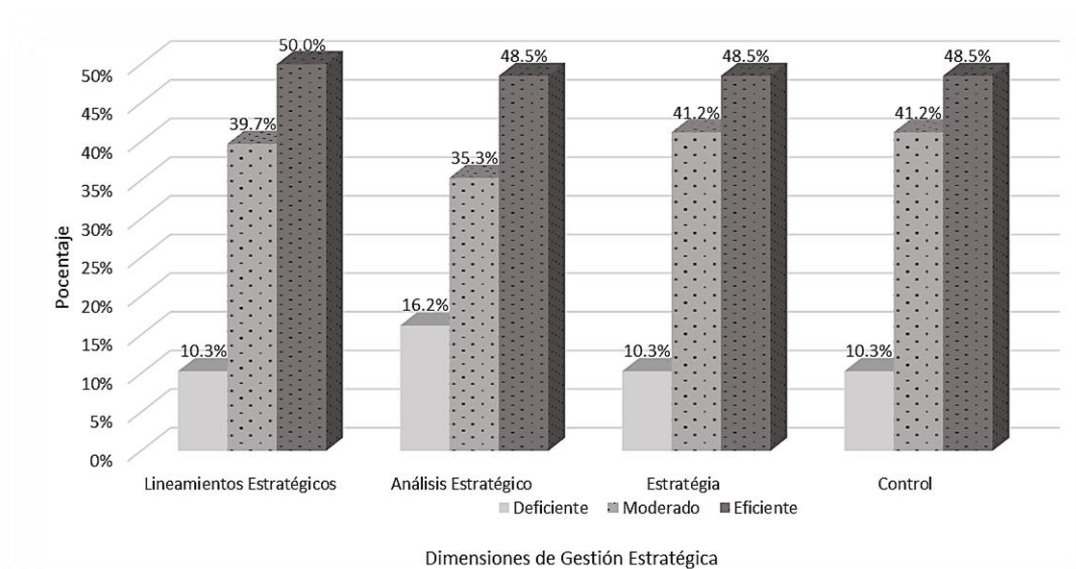
Niveles de la variable gestión estratégica



De la tabla 6 y figura 3, muestran que el 50% de los encuestados perciben que la gestión estratégica se realiza de modo eficiente, 39.7% en nivel moderado, y el 10.3% de forma deficiente.

Tabla 7*Distribución de frecuencias de las dimensiones de gestión estratégica*

Nivel	Lineamientos Estratégicos		Análisis Estratégico		Estrategia		Control	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Deficiente	7	10.3	11	16.2	7.0	10.3	7.0	10.3
Moderado	27	39.7	24	35.3	28.0	41.2	28.0	41.2
Eficiente	34	50.0	33	48.5	33.0	48.5	33.0	48.5
Total	68	100.0	68	100.0	68	100.0	68	100.0

Figura 4*Niveles de las dimensiones de gestión estratégica*

De la tabla 7 y figura 4, se observa que el predominio se está en el nivel eficiente, siendo el porcentaje menor según lo señalado de 48.5% correspondiente a las dimensiones análisis estratégico, estrategia y control, y el porcentaje más alto es del 50% correspondiente a la dimensión lineamientos estratégicos. Así mismo, en el nivel moderado se muestran porcentajes que van de 35.3% a 41.2%. Finalmente, los elementos muestrales refieren que el nivel deficiente en cada dimensión, señalan proporciones que van desde el 10.3% hasta el 16.2%.

4.2 Prueba de hipótesis

Prueba de normalidad

Para optar por la prueba estadística en la comprobación de hipótesis, fue necesario emplear el criterio de normalidad, para ello se tomó como prueba a Kolmogorov Smirnov ya que se encarga de analizar muestras superiores a 50, por consiguiente, se instauran los siguientes datos:

H0: Los datos de la muestra tienen una distribución normal

H1: Los datos de la muestra no tienen una distribución normal

Regla de decisión:

p-valor > 0,05, se acepta la hipótesis nula

p-valor < 0,05, se rechaza la hipótesis nula

Tabla 8

Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

Variables	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Alfabetización Digital	,272	68	,000
Gestión Estratégica	,315	68	,000
Lineamientos Estratégicos	,315	68	,000
Análisis Estratégico	,304	68	,000
Estrategia	,307	68	,000
Control	,307	68	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Al realizar la prueba de normalidad de cada variable, los datos señalan que el nivel de significancia para alfabetización digital, gestión estratégica y sus dimensiones; es de ,000 es decir menor que 0,05 por lo tanto, se rechaza la H0 y se afirma que las variables siguen datos de distribución no normales y de análisis estadígrafos no paramétricos (regresión logística).

Resultados de la primera prueba de hipótesis general

H₀: La alfabetización digital no incide significativamente en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

H₁: La alfabetización digital incide significativamente en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$.

Estadístico de prueba: Regresión logística Ordinal (RLO).

Regla de decisión: Si: p-valor < 0.05, se rechaza la hipótesis nula, y el contraste es significativo.

Tabla 9

Prueba de ajuste del modelo y Pseudo R cuadrado de la H.G.

	Contraste de la razón de verosimilitud			Pseudo R cuadrado	
	Chi-cuadrado	gl.	Sig.		
Resultados	32,514	1	,000	Cox y Snell	,380
				Nagelkerke	,447
				Mc Fadden	,252

En la tabla 9; el valor de Chi-cuadrado de 32,514 y valor de significancia 0.000 ($p < \alpha$), el cual afirma que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Teniendo en cuenta el nivel de significancia calculado de .000 menor a .05; se acepta el modelo de las variables en análisis; de esta manera, según los resultados el valor de Cox Snell de .380 y Nagelkerke igual a .447, permite afirmar que la variabilidad de la gestión estratégica depende probabilísticamente entre 38% y 44.7% de la alfabetización digital en los restaurantes de comida rápida en un centro comercial del distrito de Comas. Además, el valor de McFadden resultó .252 el cual demuestra que existe un ajuste adecuado del modelo.

Tabla 10*Estimación de parámetros de la H.G.*

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[ges_n = 1]	1,920	,865	4,928	1	,026	,225	3,615
	[ges_n = 2]	4,929	1,068	21,284	1	,000	2,835	7,023
Ubicación	al_n	2,174	,453	23,077	1	,000	1,287	3,061

Función de enlace: Logit.

En cuanto a la tabla 10, se tiene los coeficientes del modelo de regresión, que respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p-valor de 0,000) frente a la gestión estratégica que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p-valor de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentó un deficiente a moderada gestión estratégica en la organización. Lo mismo se reafirma con la significancia encontrada dado que se muestra un p-valor menor a 0.05; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Resultados de la primera prueba de hipótesis específica

H₀: La alfabetización digital no incide significativamente en los lineamientos estratégicos de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

H₁: La alfabetización digital incide significativamente en los lineamientos estratégicos de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

Tabla 11*Prueba de ajuste de modelo y Pseudo R cuadrado para la primera H.E.*

Contraste de la razón de verosimilitud					
	Chi-cuadrado	gl.	Sig.	Pseudo R cuadrado	
Resultado 1	32,514	1	,000	Cox y Snell	,380
				Nagelkerke	,447
				Mc Fadden	,252

En la tabla 11, el valor de Chi-cuadrado de 32,514 y valor de la significancia 0.000 ($p < \alpha$), permite afirmar que los datos obtenidos aportan para explicar la primera dimensión de la variable dependiente. Teniendo en cuenta el nivel de significancia de .000 menor a .05; se acepta el modelo de las variables en análisis (p -valor < 0.05), y según los resultados del valor de Cox Snell y Nagelkerke, permite afirmar que la variabilidad de los lineamientos estratégicos depende probabilísticamente entre un 38% y el 44.7% de la alfabetización digital. Además, respecto al valor de McFadden resultó .252 el cual demuestra que existe un ajuste adecuado del modelo.

Tabla 12*Estimación de parámetros de la primera H.E.*

							Intervalo de confianza al 95%	
		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Límite inferior	Límite superior
Umbral	[li_n = 1]	1,920	,865	4,928	1	,026	,225	3,615
	[li_n = 2]	4,929	1,068	21,284	1	,000	2,835	7,023
Ubicación	al_n	2,174	,453	23,077	1	,000	1,287	3,061

Función de enlace: Logit.

En la tabla 12, se tiene los coeficientes del modelo que respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p -valor de 0,000) frente a los lineamientos estratégicos que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p -valor de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentará un deficiente a moderado lineamientos estratégicos en la organización. Lo mismo se reafirma con la significancia

encontrada dado que se muestra un p-valor menor a 0.05; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en los lineamientos estratégicos de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Resultados de la segunda prueba de hipótesis específica

H₀: La alfabetización digital no incide significativamente en el análisis estratégico de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

H₁: La alfabetización digital incide significativamente en el análisis estratégico de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

Tabla 13

Prueba de ajuste de modelo y Pseudo R cuadrado para la segunda H.E.

Contraste de la razón de verosimilitud					
	Chi-cuadrado	gl.	Sig.	Pseudo R cuadrado	
Resultado 2	29,842	1	,000	Cox y Snell	,355
				Nagelkerke	,409
				Mc Fadden	,217

En la tabla 13 se tiene que, el valor de Chi-cuadrado de 29,842 y valor de la significancia 0.000 ($\rho < \alpha$), permite afirmar que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Teniendo en cuenta el nivel de significancia de.000 menor a .05; se acepta el modelo de las variables en análisis (p-valor < 0.05), además según los resultados el valor de Cox Snell y Nagelkerke, permite afirmar que la variabilidad de la dimensión análisis estratégico depende probabilísticamente entre un 35.5% y 40.9% de la variable alfabetización digital. Además, respecto al valor de McFadden resultó .217 el cual demuestra que existe un ajuste adecuado del modelo.

Tabla 14*Estimación de parámetros de la segunda H.E.*

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[anal_n = 1]	2,209	,853	6,700	1	,010	,536	3,881
	[anal_n = 2]	4,545	1,002	20,582	1	,000	2,582	6,509
Ubicación	al_n	1,982	,421	22,133	1	,000	1,156	2,807

Función de enlace: Logit.

En la tabla 14, se tiene los coeficientes del modelo que respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p-valor de 0,000) frente al análisis estratégico que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p-valor de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentará un deficiente a moderado análisis estratégico en la organización. Lo mismo se reafirma con la significancia encontrada dado que se muestra un p-valor menor a 0.05; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en el análisis estratégico de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Resultados de la tercera prueba de hipótesis específica

H₀: La alfabetización digital no incide significativamente en las estrategias de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

H₁: La alfabetización digital incide significativamente en las estrategias de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

Tabla 15*Prueba de ajuste de modelo y Pseudo R cuadrado para la tercera H.E.*

Contraste de la razón de verosimilitud					
	Chi-cuadrado	gl.	Sig.	Pseudo R cuadrado	
Resultado 3	29,785	1	,000	Cox y Snell	,355
				Nagelkerke	,417
				Mc Fadden	,230

En la tabla 15, el valor de Chi-cuadrado de 29,785 y valor de la significancia 0.000 ($p < \alpha$), permite afirmar que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Teniendo en cuenta esta significancia de .000 menor a .05; se acepta el modelo de las variables en análisis (p-valor < 0.05). Además, teniendo en cuenta los valores de Cox Snell y Nagelkerke, permite afirmar que la variabilidad de la dimensión estrategia depende probabilísticamente entre un 35.5% y el 41.7% de la variable alfabetización digital. Además, respecto al valor de McFadden resultó .230 el cual demuestra que existe un ajuste adecuado del modelo.

Tabla 16*Estimación de parámetros de la tercera H.E.*

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[es_n = 1]	1,715	,852	4,052	1	,044	,045	3,385
	[es_n = 2]	4,731	1,046	20,449	1	,000	2,681	6,782
Ubicación	al_n	2,047	,437	21,896	1	,000	1,190	2,905

Función de enlace: Logit.

En la tabla 16, los coeficientes del modelo respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p-valor de 0,000) frente a las estrategias que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p-valor de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentará una deficiente a moderadas estrategias en la organización. Lo mismo se reafirma con la significancia encontrada dado que se muestra un p-valor menor a 0.05; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que la

alfabetización digital incide significativamente en las estrategias de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Resultados de la cuarta prueba de hipótesis específica

H₀: La alfabetización digital no incide significativamente en el control de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

H₁: La alfabetización digital incide significativamente en el control de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021

Tabla 17

Prueba de ajuste de modelo y Pseudo R cuadrado para la cuarta H.E.

Contraste de la razón de verosimilitud					
	Chi-cuadrado	gl.	Sig.	Pseudo R cuadrado	
Resultado 4	29,785	1	,000	Cox y Snell	,355
				Nagelkerke	,417
				Mc Fadden	,230

En la tabla 17, el valor de Chi-cuadrado de 29,785 y valor de la significancia 0.000 ($p < \alpha$), permite afirmar que los datos obtenidos aportan para explicar la variable dependiente. Teniendo en cuenta este nivel de significancia de .000 menor a .05; se acepta el modelo de las variables en análisis (p -valor < 0.05), y según los valores de Cox Snell y Nagelkerke, permite afirmar que la variabilidad de la dimensión control depende probabilísticamente entre un 35.5% y el 41.7% de la variable alfabetización digital. Además, respecto al valor de McFadden resultó .230 el cual demuestra que existe un ajuste adecuado del modelo.

Tabla 18*Estimación de parámetros de la cuarta H.E.*

		Estim	Desv.	Intervalo de confianza al 95%				
		ación	Error	Wald	gl	Sig.	Límite inferior	Límite superior
Umbral	[con_n = 1]	1,715	,852	4,052	1	,044	,045	3,385
	[con_n = 2]	4,731	1,046	20,449	1	,000	2,681	6,782
Ubicación	al_n	2,047	,437	21,896	1	,000	1,190	2,905

Función de enlace: Logit.

Finalmente; en la tabla 18, los coeficientes del modelo que respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p-valor de 0,000) frente al control que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p-valor de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentará un deficiente a moderado control en la organización. Lo mismo se reafirma con la significancia encontrada dado que se muestra un p-valor menor a 0.05; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en el control de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

V. DISCUSIÓN

La investigación permitió determinar la incidencia de la alfabetización digital en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021; mediante los resultados obtenidos luego del análisis y procesamiento de los datos recogidos de la muestra de estudio. Los resultados descriptivos muestran que la alfabetización digital se viene dando en un nivel eficiente de 42.6%, un nivel de moderado de 42.6% y un nivel deficiente de 14%. De igual manera, en cuanto a la prueba de Pseudo R cuadrado:

En el análisis estadístico, se evidenció que la alfabetización digital tiene una incidencia significativa (p -valor <0.05), según el coeficiente de Nagelkerke permite afirmar que la variabilidad de la gestión estratégica depende probabilísticamente entre un 38% y el 44.7% de la variable alfabetización digital para los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas; además, respecto a los coeficientes del modelo en alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p -valor de 0,000) frente a la gestión estratégica que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p -valor de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presenta una deficiente a moderada gestión estratégica en la organización. Estos resultados se alinean con los antecedentes y las concepciones de la temática de estudio, es decir se relaciona con la teoría y datos estadísticos expuestos en los antecedentes; en esa misma línea, Apaza (2020) expone en su estudio una media de 65.6% dado en un post test acerca de alfabetización digital, concluyendo que la variable alfabetización digital fortalece significativamente las competencias de la gestión educativa en los directivos de Santiago de chuco, en el que entiende que; mientras más desarrollo alfabeto digital tenga la persona, mejor eficiencia tendrá en sus gestiones.

Así mismo, los resultados también se alinean a lo expuesto por García (2017) resalta la pertinencia de alfabetizar digitalmente para hacer frente a la sociedad y sus componentes ya que solo así se podría cubrir esa brecha, concluyendo en que la brecha digital y social se encuentran relacionadas de manera cercana.

De la misma manera, Paladines, et al. (2020) también exponen que aquellos responsables de planificación deben adquirir mayor conocimiento fuera de lo convencional y de acuerdo a su sector, ya que los cambios tecnológicos aceleraron estrepitosamente las realidades que es necesario relacionarse con mayor soltura en los medios online.

Por otro lado, los resultados guardan relación con Gomez (2016) que en su estudio de enfoque cualitativo afirma la importancia de adoptar una perspectiva transversal para la inclusión digital en todo ámbito, como también un diseño de hardware y software acorde a las realidades de distintas personas sobre todo en aquellos trabajadores de mayor edad. Se entiende así, que al existir incidencia entre las variables, hoy en día es indispensable que más empresas e instituciones se sumen para aminorar brechas de desigualdad digital, más aun en aquellos que se encuentran dentro del grupo etario adulto y adulto mayor quienes les cuesta más trabajo adaptarse a una nueva realidad digital, tal como lo refiere Flores (2020) que en su estudio demostró que a pesar de existir una ley de la persona adulta, ley general de educación, ley de gobierno digital, entre otros no existe una real inclusión de parte de la organizaciones centrales.

Teniendo en cuenta ello, la falta de reacción de los actores políticos para con ésta temática, deja aún pocas posibilidades que se trabaje por implementar políticas de alfabetización digital al empresariado; ya que, si bien no son grupos sensibles o carentes de recursos, son quienes movilizan gran parte de la economía y generan empleo. Por ese lado, Mendoza (2017) sugiere el desarrollo de políticas de alfabetización digital, resaltando las brechas de infraestructura y accesibilidad que afectan a aquellos jóvenes estudiantes impetuosos por crecer y desarrollarse laboralmente.

Respecto al **primer** objetivo específico, permitió determinar la incidencia de la alfabetización digital en la dimensión lineamientos estratégicos de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021; mediante los resultados obtenidos luego del análisis y procesamiento de los datos recogidos de la muestra de estudio. Los resultados descriptivos muestran

una prevalencia en el nivel eficiente de 42.6% en la alfabetización digital y 50% en la dimensión lineamientos estratégicos.

De igual manera, en cuanto a la prueba de Pseudo R cuadrado en el análisis estadístico, se evidenció que la alfabetización digital tiene una incidencia significativa (p -valor <0.05), según el coeficiente de Nagelkerke ésta variable permite afirmar que la variabilidad de los lineamientos estratégicos depende probabilísticamente entre un 38% y el 44.7% de la alfabetización digital. Además, los coeficientes del modelo respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p -valor de 0,000) frente a los lineamientos estratégicos que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p -valor de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentará un deficiente a moderado lineamientos estratégicos en la organización; por tanto, se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en los lineamientos estratégicos de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Estos resultados se alinean con Romero (2016) que en sus resultados se observó una percepción de nivel alto de 71.5% acerca del reconocimiento de la visión por parte de docentes de una universidad privada, el 76.4% reconoce que la visión está acorde al entorno, además obtuvo un $p<0.05$ y nivel de correlación de ,776 con ello se entiende que la visión, parte fundamental de los lineamientos estratégicos de organización influye en la calidad de gestión de una universidad privada.

En tanto, Pérez (2016) en su estudio mostro la satisfacción de los docentes al proveerles de planes de formación en entornos digitales para una mejor administración de actividades, mas no se sienten preparados, resaltando el temor, la desconfianza y falta de concientización aun a pesar de ser personal con experiencia y profesionales, a lo cual teniendo en cuenta los resultados de la presente investigación basados en la falta de alineación del personal a los objetivos organizacionales –ya que se muestra una valor porcentual de 50% para lineamientos estratégicos- las empresas independientemente de su sector aún tienen que trabajar en brindar mayor seguridad a sus empleados frente a cambios de mejoraría como se muestra a nivel formativo y de capacitación para un desenvolvimiento efectivo en sus labores, de esta manera y de forma

constante se acentúa lo dicho por Pérez, la formación de los colaboradores debe ser constante.

Así mismo, en relación a la literatura los resultados de la investigación muestran cierta lejanía a lo tratado por Alfonso (2019) quien menciona que los lineamientos estratégicos tienen como base la misión, visión, objetivos para un buen desarrollo de la misma, sin embargo los resultados muestran un valor porcentual intermedio que indica no establecerse de manera adecuada en los restaurantes de comida rápida a pesar de que gran parte de ellas son franquicias con bases, normativas, proceso estandarizados que promulga en sus distintos establecimientos.

Respecto al **segundo** objetivo específico, permitió determinar la incidencia de la alfabetización digital en la dimensión análisis estratégico de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021; mediante los resultados obtenidos luego del análisis y procesamiento de los datos recogidos de la muestra de estudio. Los resultados descriptivos muestran una prevalencia en el nivel eficiente de 42.6% en la alfabetización y 48.5% en la dimensión análisis estratégico.

De igual manera, en cuanto a la prueba de Pseudo R cuadrado en el análisis estadístico, se evidenció que la alfabetización digital tiene una incidencia significativa ($p\text{-valor} < 0.05$), según el coeficiente de Nagelkerke permite afirmar que la variabilidad de la dimensión análisis estratégico depende probabilísticamente entre un 35.5% y 40.9% de la variable alfabetización digital. Además, los coeficientes del modelo respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con $p\text{-valor}$ de 0,000) frente al análisis estratégico que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con $p\text{-valor}$ de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentará un deficiente a moderado análisis estratégico en la organización; por tanto, se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en el análisis estratégico de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Estos resultados se alinean con Romero (2016) ya que el obtiene en su estudio un p-valor <0.05 y correlación de ,754 afirmando que el análisis del entorno influye significativamente en la calidad de gestión educativa de una universidad privada. Con ello se demuestra correlación entre la alfabetización digital siendo necesaria para el análisis estratégico independiente del sector, dejando de lado el conocimiento empírico o las indicaciones provenientes del plano gerencial, es necesario sumar conocimientos digitales para el buen uso y aprovechamiento de la información –del mercado, competidores, stakeholders- en el medio online que casi siempre se encuentra a disposición de todos, pero por falta de conocimientos no se toma en cuenta.

Así mismo, en referencia a la literatura se relaciona lo dicho por Gonzales (2017), quien expone la necesidad de realizar una evaluación interna y externa para diseñar la alternativa que mejor se ajuste a la realidad del entorno y la organización. Si bien las empresas actuales –unidad de análisis- poseen bases que les permitió surgir en su sector, aún se observa un trato intermedio a nivel de consideraciones internas y externas durante el manejo de sus establecimientos. La efectividad de sus operaciones se vería en demasía si se aprovechara lo que la tecnología y conocimientos digitales esperan por ellos.

Respecto al **tercer** objetivo específico, permitió determinar la incidencia de la alfabetización digital en la dimensión estrategia de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021; mediante los resultados obtenidos luego del análisis y procesamiento de los datos recogidos de la muestra de estudio. Los resultados descriptivos muestran una prevalencia en el nivel eficiente de 42.6% y 48.5% en la dimensión estrategia.

De igual manera, en cuanto a la prueba de Pseudo R cuadrado en el análisis estadístico, se evidenció que la alfabetización digital tiene una incidencia significativa ($p\text{-valor}<0.05$), según el coeficiente de Nagelkerke permite afirmar que la variabilidad de la dimensión estrategia depende probabilísticamente entre un 35.5% y el 41.7% de la variable alfabetización digital. Asimismo, los coeficientes del modelo respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p-valor de 0,000) frente a las estrategias que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p-valor de 0,000), ello indica que el

colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentará una deficiente a moderadas estrategias en la organización; por tanto, se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en las estrategias de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Estos resultados se alinean con Barrera, et al. (2019) en su estudio obtuvo una correlación de ,676 afirmando la existencia de una correlación entre la gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad en las pymes, así mismo, obtuvo una media de 3,43 respecto a la formulación y ejecución de estrategias considerándose de manera esencial estrategias anticipadas y adaptativas; además de encontrar una correlación positiva alta de ,774 entre los tipos de estrategias y los sistemas de información gerencial.

Los resultados también se alinean con Peña (2017) manifiesta que en el sector restaurante, la gestión de las mypes son tratadas de manera empírica dirigiéndose en algunos casos al quiebre o cambio de rubro; así mismo, carecen de formas didácticas de capacitación, siendo un 67% quienes aseguran que al recibirlo serán de gran utilidad para desarrollar sus habilidades pero que solo el 20% gustaría conocer más estrategias y 7% le interesaría mejorar su gestión de servicio.

Lo mismo sucede con lo expuesto por Bueno (2017) que asegura ser urgente que los colaboradores obtengan una cualificación media a alta en manejo de las TIC's ya que eso traería mayor productividad, competitividad y aseguraría la mejora del servicio.

En síntesis, las estrategias explícitas basadas en el conocimiento adquirido de diverso medio y el aprovechamiento de las TIC's son parte fundamental para aquellas empresas que deseen mantenerse y ser competitivos, tal como lo menciona en su teoría Mintzberg (1994) ya que se basan en la planeación formal y exhaustiva teniendo en cuenta el uso adecuado de la información proporcionada.

Respecto al **cuarto** objetivo específico, permitió determinar la incidencia de la alfabetización digital en la dimensión control de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021; mediante los resultados obtenidos luego del análisis y procesamiento de los datos recogidos de la

muestra de estudio. Los resultados descriptivos muestran una prevalencia en el nivel eficiente de 42.6% para alfabetización digital y 48.5% para la dimensión control, 41% en nivel moderado y 10.3% en nivel deficiente.

De igual manera, en cuanto a la prueba de Pseudo R cuadrado en el análisis estadístico, se evidenció que la alfabetización digital tiene una incidencia significativa (p -valor <0.05), según el coeficiente de Nagelkerke permite afirmar que la variabilidad de la dimensión control depende probabilísticamente entre un 35.5% y el 41.7% de la variable alfabetización digital. Asimismo, los coeficientes del modelo que respecto a alfabetización digital se asumen el nivel 1 (nivel deficiente con p -valor de 0,000) frente al control que asume un nivel 1 y 2 (nivel deficiente y moderado con p -valor de 0,000), ello indica que el colaborador con un nivel deficiente de alfabetización digital presentará un deficiente a moderado control en la organización; por tanto, se afirma que la alfabetización digital incide significativamente en el control de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas.

Los resultados se relacionan moderadamente con lo tratado por Guerra et al. (2019) que aplicaron una herramienta de monitoreo y control BSC sistematizando el proceso de gestión estratégica de una organización dando como resultado la efectividad de la misma otorgando confianza e información de calidad en el momento oportuno. Si bien el grupo de establecimientos analizados son poseedores de experiencia en el mercado siendo algunas de ellas franquicias reconocidas se observa un control intermedio aún insuficiente para la gestión.

Por otro lado, dichos resultados se alejan con lo visto por Serna y Barrientos (2017), que en su estudio se evidencio que los colaboradores de una entidad pública percibieron un deficiente control en su institución en un 80%. Ello posiblemente a que los escenarios de la investigación y características de su unidad de análisis tienen cualidades propias, por lo que no se desprende la posibilidad de ver dichos resultados en otros escenarios.

Por su parte, los resultados de la investigación se relacionan con la literatura que es el caso de Gonzales (2017), ya que afirma que el control se refleja en el monitoreo del desempeño de los colaboradores y que ello debe estar en función a los objetivos organizacionales.

VI. CONCLUSIONES

Primera

La alfabetización digital incide significativamente en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un centro comercial de Comas, ya que en la prueba Pseudo R cuadrado se observó que la variabilidad de la gestión estratégica depende de manera probabilística en un 44.7% de la alfabetización digital; asimismo, el coeficiente de significancia encontrado para alfabetización digital fue de 0,000 y para gestión estratégica 0,026 y 0,00 (niveles deficiente y moderado respectivamente); todos con un p -valor <0.05 , lo que concluye en rechazar la hipótesis nula.

Segunda

La alfabetización digital incide significativamente en los lineamientos estratégicos de los restaurantes de comida rápida en un centro comercial de Comas, ya que en la prueba Pseudo R cuadrado se observó que la variabilidad de los lineamientos estratégicos depende de manera probabilística en un 80.2% de la alfabetización digital; asimismo, el coeficiente de significancia encontrado para alfabetización digital fue de 0,000 y para los lineamientos estratégicos 0,026 y 0,00 (niveles deficiente y moderado respectivamente); todos con un p -valor <0.05 , lo que concluye en rechazar la hipótesis nula.

Tercera

La alfabetización digital incide significativamente en el análisis estratégico de los restaurantes de comida rápida en un centro comercial de Comas, ya que en la prueba Pseudo R cuadrado se observó que la variabilidad del análisis estratégico depende de manera probabilística en un 75.4% de la alfabetización digital; asimismo, el coeficiente de significancia encontrado para alfabetización digital fue de 0,000 y para análisis estratégico 0,010 y 0,00 (niveles deficiente y moderado respectivamente); todos con un p -valor <0.05 , lo que concluye en rechazar la hipótesis nula.

Cuarta

La alfabetización digital incide significativamente en las estrategias de los restaurantes de comida rápida en un centro comercial de Comas , ya que en la prueba Pseudo R cuadrado se observó que la variabilidad de las estrategias depende de manera probabilística en un 68.3% de la alfabetización digital; asimismo, el coeficiente de significancia encontrado para alfabetización digital fue de 0,000 y para estrategias 0,044 y 0,00 (niveles deficiente y moderado respectivamente); todos con un p -valor <0.05 , lo que concluye en rechazar la hipótesis nula.

Quinta

La alfabetización digital incide significativamente en el control de los restaurantes de comida rápida en un centro comercial de Comas , ya que en la prueba Pseudo R cuadrado se observó que la variabilidad del control depende de manera probabilística en un 68.3% de la alfabetización digital; asimismo, el coeficiente de significancia encontrado para alfabetización digital fue de 0,000 y para control 0,026 y 0,00 (niveles deficiente y moderado respectivamente); todos con un p -valor <0.05 , lo que concluye en rechazar la hipótesis nula.

VII. RECOMENDACIONES

Primera

A los encargados y/o gerentes de restaurantes de comida rápida se les sugiere mejorar los conocimientos respecto a la alfabetización digital con el uso efectivo de los recursos proporcionados por el establecimiento.

Segunda

A los encargados y/o gerentes se les sugiere mejorar en la alfabetización digital, a través de la implementación de actividades que combinen el uso de herramientas virtuales de comunicación afianzando los lineamientos estratégicos de la empresa.

Tercera

A los encargados y/o gerentes se les sugiere apoyar en el desarrollo de la alfabetización digital de sus colaboradores, a través de charlas de sensibilización para la correcta ejecución de sus actividades y manejo de equipos tecnológicos aprovechando las fortalezas y oportunidades que se presente a su alrededor.

Cuarta

A los encargados y/o gerentes se les sugiere concientizar a los colaboradores sobre el manejo ético y responsable de las TICs vinculado a afianzar el compromiso de los colaboradores.

Quinta

A los encargados y/o gerentes se les sugiere invertir en su alfabetización digital, a través de cursos especializados referente a manejo de indicadores KPIs como medio de control y manejo de los procesos.

VIII. PROPUESTA

8.1 Título: Talleres de alfabetización digital y gestión estratégica para el fortalecimiento de las competencias digitales de los responsables, encargados y gerentes de restaurantes de comida rápida o del rubro gastronómico.

8.2 Descripción: Se propone realizar un ciclo de talleres enfatizando en la importancia de dominar las herramientas digitales para hacer frente a la sociedad y manejo efectivo de una organización

8.3 Ventajas y desventajas

Ventajas: i) Sensibilizar al personal acerca de la necesidad de instruirse para un manejo efectivo de las organizaciones, ii) Adquirir conocimientos básicos en herramientas de gestión digital de acuerdo al cargo y responsabilidades establecidas, iii) Garantizar un mejor desenvolvimiento de las gestiones en establecimientos de comida rápida acorde a la demanda, iv) Servirá como base de inclusión social y desarrollo de más personas al ser más empleables para las organizaciones.

Desventajas: i) Dificultad para lograr la participación total de los beneficiarios en cada taller, ii) Rotación de personal entre sus distintos establecimientos cada cierto tiempo, iii) Dificultad para concientizar inversores del rubro que garanticen la puesta en marcha de las actividades.

8.4 Justificación

Se busca concientizar a las personas que laboran en el rubro gastronómico acerca de la importancia de adquirir hoy en día competencias para encontrar, comprender y examinar de manera certera la información por medio de la tecnología digital, debido a que cada vez la sociedad y el mercado exigen mejores respuestas; por ende, personal cualificado en el ámbito digital.

Así mismo, las organizaciones para poder ser competitivos deben manejar herramientas digitales, tener presencia en la red y estar inmersos en la llamada sociedad digital, de lo contrario corren el riesgo de ser excluidos; por tanto, la presente propuesta trata de brindar herramientas en temas de conocimiento necesario para mantenerse y posibilitar la continuidad en el mercado.

8.5 Objetivos de la propuesta

Objetivo general: Fortalecer las competencias digitales de los responsables de la gestión en el rubro gastronómico.

Objetivos específicos: i) Desarrollar un taller de sensibilización al personal del rubro gastronómico sobre la necesidad de adquirir competencias en una sociedad digital, ii) Mejorar la gestión del personal del rubro gastronómico a corto y mediano plazo.

8.6 Planteamiento de actividades y recursos necesarios

Tabla 19

Actividades del ciclo de talleres de alfabetización digital y gestión estratégica para el fortalecimiento de las competencias digitales de los responsables, encargados y gerentes de restaurantes de comida rápida o del rubro gastronómico.

Actividades	Recursos	Responsables
1. Concretar el acuerdo con el responsable del conjunto de restaurantes de comida rápida dentro del centro comercial.	Papel, Movilidad	
2. Realización del 1er taller de sensibilización.	Papel, Movilidad Equipo de computo	Investigador y Responsable de
3. Realización del 2do taller de alfabetización digital para la gestión estratégica	Papel, Movilidad Equipo de computo	la sección patio de comidas
4. Realización del 3er taller basado en un conversatorio con personalidades (inversores) del entorno.	Papel, Movilidad Equipo de computo	

Fuente: Elaboración propia

8.7 Cronograma de actividades

Tabla 20

Cronograma de actividades del ciclo talleres de alfabetización digital y gestión estratégica para el fortalecimiento de las competencias digitales de los responsables, encargados y gerentes de restaurantes de comida rápida o del rubro gastronómico.

Actividades	Meses 2022		
	Enero	Febrero	Marzo
Concretar acuerdo	X		
Taller 1		X	
Taller 2		X	
Taller 3			X

Fuente: Elaboración propia

8.8 Evaluación y control

El monitoreo de los talleres se realizarán antes, durante y después de su ejecución, manejando indicadores en términos de % de participación, evaluación pre y post de las actividades, para ello se usará la técnica de semaforización donde el valor establecido para de las actividades serán de; excelente (>90%), aceptable (<90%>70%), y peligro (<70%).

REFERENCIAS

- Apaza, R. (2020). *La Alfabetización digital mediado web 2.0 para fortalecer las Competencias de gestión educativa en directivos, Santiago de Chuco 2019* [Tesis doctoral, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional de la Universidad Cesar Vallejo. <https://bit.ly/3lrWLvP>
- Armijo, M. (2009). Manual de planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf
- Barrera, A., Brume, M., Herrera, H., y Núñez, I. (2019). Gestión estratégica como catalizadora de la competitividad en las Pymes logísticas del departamento del Atlántico – Colombia. *Revista espacios*, 40 (13), 1-20. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n03/a19v40n03p20.pdf>
- Berger & Frey (2017) Industrial renewal in the 21st century: evidence from US cities. *Estudios Regionales*, 51 (3), 404-413. <https://doi.org/10.1080/00343404.2015.1100288>
- Bravo, M. & Chalezquer, C. y Serrano, J. (2021). Meta-framework of digital literacy: Comparative analysis of 21st century skills frameworks. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2021 (79), 76-110. DOI: 10.4185/RLCS-2021-1508 <http://shorturl.at/rNRY7>
- Bueno, G., Canós, L., y Santandreu, C. (2017). El funcionamiento interno y gestión de restaurantes en la ciudad de Valencia desde el punto de vista de propietarios. *Revista de Ocio y Turismo*, 12 (1), 105-120. <http://doi.org/10.17979/rotur.2018.12.1.3421>
- Cano, J. (2018). Alfabetización digital, desconectando los saberes previos de la junta directiva en clave digital. *Novatica - Revista de la asociación de técnicos de informática*, 238 (33-36). <https://bit.ly/3EDCtNz>
- Cárdenas, V., y Hernández, A. (2019). *Análisis y evaluación del proceso estratégico de una cadena de restaurantes: caso de estudio Veggie Pizza*.

[Tesis doctoral, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional de la PUCP. <http://shorturl.at/mtxDE>

Certo, S. (2003). *Dirección Estratégica* (1 ed.). Mc Graw Hill. <https://bit.ly/33OfTUT>

Cid, A. Méndez, R. y Sandoval, F. (2011). *Investigación: Fundamentos y Metodología* (2 ed.). Pearson. <https://bit.ly/3H2qPMO>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Tecnologías digitales para un nuevo futuro* (LC/TS.2021/43), Santiago, 2021. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961_es.pdf

D'Alessio, F. (2015). *El proceso estratégico: un enfoque de gerencia* (2 ed.). Pearson. <https://bit.ly/3GvhA7w>

Delgado, L. (2007). *Modelo de administración estratégica, como factor de competitividad para restaurantes típicos*. [Tesis doctoral, Instituto Politécnico Nacional de la Escuela Superior de Comercio y Administración]. Repositorio de la Unidad Santo Tomas. <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/481/LUZ%20AMPARO%20DELGADO%20DIAZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dias-Trindade, S., & Gomes Ferreira, A. (2020). Habilidades de enseñanza digital. *Revista Científica De Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 18 (2), 162-187. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1519>

Esteban, N. (2018). Tipos de Investigación. *Universidad Santo Domingo de Guzmán*. <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>

Flandoli, A. & Eguiguren, J. (23-26 de junio del 2021). Media and digital literacy: From particularities to encounters and possibilities [Conference]. XVI Berian Conference on Information Systems and Technologies, Chaves, Portugal. DOI 10.23919/CISTI52073.2021.9476428

Flores, L. (2020). La alfabetización digital en el público adulto mayor: un acercamiento desde la comunicación de las relaciones públicas en Perú.

Revista Científica de Comunicación: ComHumanitas. 11 (2).
<https://doi.org/10.31207/rch.v11i2.239>

Franca-Tarragó, O. (2008). *Introducción a la psicoética* (6 ed.) Descleé de Brouwer.

Francés, A. (2006), *Estrategia y planes para la empresa, con el cuadro de mando integral* (1 ed.). Pearson.

Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica* (9 ed.). Pearson.
<https://bit.ly/3H5OIDw>

García, S. (2017) Alfabetización digital. *Revista Razón y Palabra*, 21 (3-98), 66-81. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1043>

García, M. (2020). Personas y organizaciones: Introducción a la teoría general de sistemas de Juan Antonio Pérez López. *Revista Economía y Empresa*, 22 (2020). <https://doi.org/10.15581/013.22.71-100>

García, R., Ramírez, A., & Rodríguez, M. (2014). Media literacy education for a new prosumer citizenship. *Revista Comunicar*, 22 (43), 15-23. DOI: 10.3916/C43-2014-01
<http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=43&articulo=43-2014-01&idioma=en>

Guillén, G. Ascencio, G. y Tarango, J. (2016). Alfabetización digital: Una perspectiva sociológica. *Revista e-Ciencias de la información de la Universidad de Costa Rica*, 6 (2). <http://dx.doi.org/10.15517/eci.v6i2.23938>

Gomez, G., Hinojo, F., Aznar, I. & Romero, J. (2021). Productivity analysis around information literacy in the higher education stage. *Sustainable Development of Mountain Territories*. 14 (2), e33694. DOI: 10.35699/1983-3652.2021.33694 <http://shorturl.at/mnrRZ>

Gomez, J. (2016). El papel de la alfabetización digital en la empleabilidad de los Trabajadores mayores. *Revista de Medios y Educación*, (49), 25-38. DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2016.i49.02>.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36846509003>

Guadalupe, N. (2014). *Plan estratégico para el restaurante Luna Bruja en la Paz*. [Tesis doctoral, Instituto Tecnológico de la Paz] Repositorio ITP de México.
<http://posgrado.lapaz.tecnm.mx/uploads/archivos/55f1e400465ef.pdf>

- Guerra, L., Diaz, E., Chicaiza, B., Rivero, D., & Narvaez, L. (2019). Strategic management and sustainable organizations: A path driven by technology. *Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*. 2019 (E20), 630-643. <http://shorturl.at/gjE10>
- Gutierrez, A. (2003) *Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas* (1 ed.). Gedisa. <https://bit.ly/306Pe44>
- Hernández, S., Fernández C. y Baptista L. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Mc Graw Hill.
- Illomäki, Paavola, Lakkala y Kantosalo, (2016). Competencia digital: un concepto de frontera emergente para la investigación política y educativa. *Tecnologías de la información y la educación*, 21 (3), 655–679 DOI: 10.1007/s10639-014-9346-4
- Ketil. B. (2019). Understanding social and cultural aspects of teachers' digital competencies. *Revista Comunicar*, 61 (9-19). <https://doi.org/10.3916/C61-2019-01>
- Ley de la persona adulta mayor 30490 de 2018. Boletín Oficial del Estado. Junio de 2018. <https://www.mimp.gob.pe/files/Proy-Reglamento-de-la-Ley-30490.pdf>
- López, R. H. (1998). *La Metodología de la Encuesta. Mexico: Consejo Nacional de Cultura y Artes*.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5 ed.). Pearson. <https://cuttw/CnAkWc>
- Martínez, D., y Milla, A. (2012). *Introducción al plan estratégico* (1 ed.). Ediciones Díaz de Santos. <http://shorturl.at/mzQ58>
- Mendoza, D. (2017) *Análisis del acceso a internet de los estudiantes de Bachillerato en Ecuador*. [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. Repositorio de la Universidad de Huelva. <http://shorturl.at/cuCR1>
- Morales, P. (2017). *Modelo de gestión estratégica y servicios gastronómicos para los bares de la zona rosa de santo domingo*. [Tesis doctoral, Universidad Nacional Autónoma de los Andes de Ecuador]. Repositorio

institucional.

<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6740/1/TUSDCHE003-2017.pdf>

Ministerio de Transporte y Comunicaciones (2018). *Formulación del plan nacional de alfabetización digital*. <https://bit.ly/3GqtX4N>

Mintzberg, H. (1994). The Fall and Rise of Strategic Planning. Harvard Business Review. <https://hbr.org/1994/01/the-fall-and-rise-of-strategic-planning>

Mintzberg, H. (1998). Strategy Safari. A guided tour through the wilds of strategic management. Nueva York: The Free Press. <https://bit.ly/32qAYDX>

Ministerio de Ambiente (2011). *Plan de desarrollo de la sociedad de información y el conocimiento Agenda 2.0*. Sistema Nacional de Información Ambiental. <https://sinia.minam.gob.pe/documentos/plan-desarrollo-sociedad-informacion-conocimiento-agenda-digital-20>

Miranda, S. y Ortiz, J. (2020) Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. 11 (21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>

OCDE (2019) *Estrategia de Competencias de la OCDE 2019*. Fundación Santillán. <https://www.oecd.org/skills/OECD-skills-strategy-2019-ES.pdf>

Ontiveros, E., García, E., Lavilla, F., Acevedo, M., Casado, R., Gutiérrez, A., Castaño, C., Feito, A., Llópiz, E., Moreno, A., Carracedo, J., Rodríguez, M., Mirman, M., Salado, J., Capdevila, X., Acín, E., Bertomeu, M., Aguilera, P., Tascón, M.,... y Pérez, J. (2005). *Claves de la alfabetización digital*. Fundación Telefónica. https://www.anamorenoromero.net/documentos/Anexo3_claves_alfabetiz_digital.pdf

Orozco y Díaz (2018) ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa? *Revista Electrónica de Conocimientos Saberes y Practicas*, 1 (2), 66-82 DOI:[10.30698/recsp.v1i2.13](https://doi.org/10.30698/recsp.v1i2.13) <http://shorturl.at/qrsHT>

- Paitán (2020) *Importancia de los mooc en la Alfabetización digital de los estudiantes de la carrera de educación en la Universidad san Ignacio de Loyola, 2020*. [Tesis doctoral, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio institucional. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10746/3/2020_Paitan%20Gutiérrez.pdf
- Paladines, F., Valarezo, K., Velásquez, A., y Torres, S. (2020). Management of digital strategic communication of the main companies in the tourist and gastronomic sector of Ecuador. *Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*. 2020 (E35), 586-599. <http://shorturl.at/mpxK6>
- Pérez, A. (2016). *Alfabetización digital y las competencias digitales en el marco de la evaluación educativa: Estudio en docentes y alumnos de educación primaria en Castilla y León*. [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca de España]. Repositorio institucional de la US. <http://shorturl.at/ahqDO>
- Pérez, L. (1974). *Organizational theory*. IESE Business School University of Navarra. <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0005-E.pdf>
- Porter, M. (2007). Ventaja competitiva de las naciones. *Harvard Business Review*, 85 (11), 69-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2469800>
- Robbins, S. (2002). *Administración* (7 ed.). Prentice Hall.
- Romero, O. (2016) *La gestión estratégica y su influencia institucional en los planes estratégicos de las universidades públicas del Ecuador, Caso: Universidad Técnica de Machala*. [Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional UNMSM. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/5742/Romero_ho.pdf?sequence=4
- Rocca (2017). *Propuesta de un modelo para la gestión estratégica de pedidos de gran volumen en asociaciones de mypes de calzado basados en la gestión por procesos*. [Tesis doctoral, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional UPC. <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/346655>

- SEDAPAR (2018). *Plan estratégico de gobierno electrónico. Resolución N° 927. Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado N° 27658.* <https://www.sedapar.com.pe/wp-content/uploads/2016/11/PEGE-SEDAPAR-2018-2020.pdf>
- Serna y Barrientos (2017) *Gestión estratégica en las contrataciones de bienes y servicios en el área de abastecimiento de la Dirección Regional de Salud - Ayacucho 2017.* [Tesis doctoral, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19891>
- Torrell, M. (2020). That Was Then, This Is Wow: A Case for Critical Information Literacy Across the Curriculum. *Communications in Information Literacy*, 14 (1), 118-133. DOI:10.15760/comminfolit.2020.14.1.9. <https://pdxscholar.library.pdx.edu/comminfolit/vol14/iss1/9/>
- UNESCO (2017). *E2030: Educación y Habilidades para el Siglo 21.* <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/pdf/Habilidades-SXXI-Buenos-Aires-Spa.pdf>
- Von Bertalanffy, L. (2004). *Teoría general de sistemas* (8 ed.). Fondo de Cultura Económica. <https://cienciasyparadigmas.files.wordpress.com/2012/06/teoria-general-de-los-sistemas--fundamentos-desarrollo-aplicacionesludwig-von-bertalanffy.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Alfabetización digital. Abarca el conocimiento de diversas fuentes de información digitales, criterios éticos para hacer uso de la información, hacer uso y tenencia de dispositivos, entre otros elementos (Guillén, Ascencio y Tarango, 2016, p.29-30).	Es de naturaleza cualitativa, la cual se va a operacionalizar en dimensiones: Instrumental, Cognitivo-intelectual, Socio-comunicacional, Axiológica y Emocional. Sus escalas de valoración son: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5).	Instrumental	Harward Software	1, 2 3, 4	Likert: Siempre (5), Casi siempre (4), A veces (3), Casi nunca (2), Nunca (1)
		Cognitivo-intelectual	Aprendizaje	5, 6, 7	
		Socio-comunicacional	Herramientas de comunicación efectiva	8, 9, 10	
		Axiológica	Empleo de la ética	11, 12	Rangos: Eficiente (63-85) Moderado (40 - 62) Deficiente (17 - 39)
			Reflexión social cultural	13, 14	
Emocional	Identidad digital basada en el equilibrio afectivo - individual	15, 16, 17			
La gestión estrategia, según Romero (2016) "es un proceso global que apunta a la eficacia, integrando todas las fases del proceso estratégico, considerando también el indicador de eficiencia y efectividad que, enlazados a otros sistemas de gestión, responsabiliza a todos los gerentes por el desarrollo e implementación de estrategias" (p. 28).	Es de naturaleza cualitativa, la cual se operacionaliza en dimensiones: Planeación, Organización, Dirección y Control. Sus escalas de valoración son: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5).	Lineamientos estratégicos	Misión y visión Objetivos	1, 2 3, 4	Likert: Siempre (5), Casi siempre (4), A veces (3), Casi nunca (2), Nunca (1)
		Análisis estratégico	Análisis interno	5, 6	
			Análisis externo	7, 8	
		Estrategia	Formulación de estrategias	9, 10	Rangos: Eficiente (59-80) Moderado (37 - 58) Deficiente (16 - 36)
			Implementación de estrategias	11, 12	
Control	Supervisión y monitoreo	13, 14			
	Indicadores estratégicos	15, 16			

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos



ESCALA DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA

Estimado participante:

En el proceso de investigación sobre la **alfabetización digital en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida** en un centro comercial de Comas 2021; se desea conocer la alfabetización digital en la gestión estratégica de su establecimiento.

Como parte importante del estudio solicitamos su participación en la resolución de la encuesta adjunta. Además, resulta importante señalar que dicha información **NO** se utilizará para otro fin que no sea para el que se ha descrito, por lo que la información será tratada de manera confidencial sin que se publique ninguna información que permita tu identificación, toda vez que los resultados de este estudio mostrarán tendencias grupales de los participantes y no características individuales. Es por ello que, su participación es sumamente importante, sin embargo, tiene derecho de no participar.

Muchas gracias por su participación.

He sido informado del estudio y acepto participar voluntariamente en él.

Si () No ()

Firma

Instrucciones generales

A continuación, se le presentan una serie de enunciados relacionadas con la alfabetización digital en la gestión estratégica de restaurantes. Te pedimos que respondas lo más honestamente posible.

Lee cada una de las afirmaciones o preguntas que se presentan a la izquierda y marca con un aspa o cruz (+) la respuesta que crea conveniente.

Recuerda que no existen respuestas correctas o incorrectas, así que no te detengas mucho tiempo en cada pregunta. Si bien no hay un límite de tiempo te pedimos que resuelvas este cuestionario lo más pronto posible.

Asegúrate de leer cuidadosamente las frases y de no omitir ninguna de tus respuestas.

Parte I

A continuación, se presentan afirmaciones sobre la **dimensión instrumental de la alfabetización digital**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
1	Maneja eficientemente los distintos componentes de un ordenador (monitor, cpu, mouse, modem, impresora, etc)					
2	Maneja distintos dispositivos móviles (Smartphone, tablet, PDAs, etc)					
3	Utiliza distintos tipos de sistemas operativos instalados en diversa arquitectura informática (Microsoft Windows, Linux, Mac) y en dispositivos móviles (IOS Y Android).					
4	Distingue, selecciona y utiliza aplicaciones y programas de manera efectiva.					

Parte II

A continuación, se presentan enunciados sobre la **dimensión cognitivo intelectual de la alfabetización digital**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
5	Busca, selecciona y accede a información necesaria para su desempeño laboral.					
6	Comprende, organiza y usa la información a partir de una variedad de fuentes y medios.					
7	Sintetiza la información de manera adecuada para la construcción y asimilación del nuevo contenido en tablas, gráficos o esquemas.					

Parte III

A continuación, se presentan enunciados sobre la **dimensión socio-comunicacional de la alfabetización digital**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
8	Transmite una actitud positiva frente al uso de las TIC para apoyar la colaboración y productividad de los colaboradores.					
9	Utiliza distintas herramientas de diseño de imagen, audio o video digital para transmitir información de manera efectiva.					
10	Se comunica con otras personas utilizando herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica vía web (foros, redes sociales, tweets, etc).					

Parte IV

A continuación, se presentan enunciados sobre la **dimensión axiológica de la alfabetización digital**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
11	Valora el uso correcto de las Tics (tecnologías de la información y comunicación) en el desenvolvimiento de sus labores.					
12	Promueve el uso ético, seguro, legal y responsable de la información y de las TIC.					
13	Utiliza los recursos y herramientas digitales para la exploración de temas del mundo actual y la solución de problemas reales, atendiendo a necesidades laborales de la organización que sobresalga en el momento.					
14	Reflexiona acerca de la influencia que tiene el entorno cultural y político en las TIC.					

Parte V

A continuación, se presentan enunciados sobre la **dimensión emocional de la alfabetización digital**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
15	Construye su identidad digital mediante el uso de distintas plataformas tecnológicas (redes sociales, sitios web, etc).					
16	Ejerce un equilibrio de sus emociones en el manejo de las TIC.					
17	Es consiente que la gestión de su identidad en línea posee efectos a corto y largo plazo.					

Parte VI

A continuación, se presentan afirmaciones sobre la **dimensión lineamientos estratégicos de la gestión estratégica**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
1	Conoce la misión y visión de la empresa.					
2	Realiza acciones para consolidar la misión y visión de la empresa en sus colaboradores.					
3	Es consciente de los objetivos a mediano y largo plazo de la empresa.					
4	Considera que cumple los objetivos de la empresa.					

Parte VII

A continuación, se presentan enunciados sobre la **dimensión análisis estratégico de la gestión estratégica**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
5	Realiza constantes análisis internos para encontrar deficiencias y/o fortalezas en su establecimiento.					
6	Los análisis internos son realizados de forma estructurada, analítica y objetiva posible.					
7	Realiza constantes análisis externos para encontrar amenazas y/o oportunidades para su establecimiento.					
8	Los análisis externos son realizados de forma planificada, rigurosa y objetiva posible.					

Parte VIII

A continuación, se presentan enunciados sobre la **dimensión estrategias de la gestión estratégica**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
9	Participa en el diagnostico situacional para la formulación de estrategias de la empresa.					
10	Elabora estrategias para las distintas áreas/procesos del establecimiento.					

11	Implementa estrategias previamente estudiadas a los planes de la empresa.					
12	Evalúa la efectividad de las estrategias desarrolladas.					

Parte IX

A continuación, se presentan enunciados sobre la **dimensión control de la gestión estratégica**. Marque su nivel de acuerdo con cada enunciado.

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
13	Supervisa el desempeño de sus colaboradores.					
14	Monitorea el correcto flujo de los procesos en su establecimiento.					
15	Maneja indicadores estratégicos de gestión.					
16	Investiga e implementa indicadores estratégicos para medir la efectividad de sus procesos y otros en el establecimiento.					

Agradezco su colaboración.

Anexo 3: Certificados de validez de juicio de expertos

Dra. Melissa Vilca Horna



DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): Dra. Nelly Melissa Vilca Horna

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Doctorado en Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte promoción 2021 – 2, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: "Alfabetización digital en la gestión estratégica de los restaurantes de comida rápida en un Centro Comercial de Comas 2021", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente

Mg. Ruddy Vanessa Carhuacoma Meza
DNI 45558577

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable: Alfabetización digital.

Abarca el conocimiento de diversas fuentes de información digitales, criterios éticos para hacer uso de la información, hacer uso y tenencia de dispositivos, entre otros elementos (Guillén, Ascencio y Tarango, 2016, p.29-30).

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Instrumental.

Según Guillen, et. al. (2016), es el entendimiento efectivo y alcance de habilidades referidos al manejo de hardware y software.

Dimensión 2: Cognitivo-intelectual.

Según Guillen, et. al. (2016), se refiere al entendimiento del nuevo conocimiento que posibilite indagar, distinguir, examinar, explicar, recrear dicha información con el fin de estudiarla críticamente y reedificarla.

Dimensión 3: Socio comunicacional.

Según Guillen, et. al. (2016), se refiere a la habilidad de transmitir información con el uso de Tics empleando texto de distinta naturaleza que muestre una actitud social positiva basada en el respeto, empatía en el medio digital, y una labor colaborativa a la sociedad.

Dimensión 4: Axiológica.

Según Guillen, et. al. (2016), se refiere al empleo de valores éticos, democráticos y reflexionar acerca de la incidencia que tiene el entorno cultural y política de la sociedad en las Tics.

Dimensión 5: Emocional.

Según Guillen, et. al. (2016), es relativo al conjunto de emociones causadas por la experiencia en los medios online y ello se relaciona con la creación de una identidad digital determinada por un equilibrio afectivo-individual en manejo de las Tics.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable: Alfabetización digital

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas de medición
Abarca el conocimiento de diversas fuentes de información digital, criterios éticos para hacer uso de la información, hacer uso y tenencia de dispositivos, entre otros elementos (Guillén, Ascencio y Tarango, 2016, p.29-30).	Es de naturaleza cualitativa, la cual se va a operacionalizar en dimensiones: Instrumental, Cognitivo-intelectual, Socio comunicacional, Axiológica y Emocional. Sus escalas de valoración son: totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5).	Instrumental	Harward Software	1, 2 3, 4	Ordinal.
		Cognitivo-intelectual	Aprendizaje	5, 6, 7	
		Socio comunicacional	Herramientas de comunicación efectiva	8, 9, 10	
		Axiológica	ética Reflexión social cultural	11, 12 13, 14	
		Emocional	Identidad digital basada en el equilibrio afectivo - individual	15, 16, 17	

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ^{a1}		Relevancia ⁱ		Claridad ^d		Superencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1: Instrumental								
1	Maneja eficientemente los distintos componentes de un ordenador (monitor, CPU, mouse, modem, impresora, etc.).	X		X		X		
2	Maneja distintos dispositivos móviles (Smartphone, Tablet, PDA, etc.).	X		X		X		
3	Utiliza distintos tipos de sistemas operativos instalados en diversa arquitectura informática (Microsoft Windows, Linux, Mac) y en dispositivos móviles (IOS Y Android).	X		X		X		
4	Distingue, selecciona y utiliza aplicaciones y programas de manera efectiva.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Cognitivo intelectual								
5	Busca, selecciona y accede a información necesaria para su desempeño laboral.	X		X		X		
6	Comprende, organiza y usa la información a partir de una variedad de fuentes y medios.	X		X		X		
7	Sintetiza la información de manera adecuada para la construcción y asimilación del nuevo contenido en tablas, gráficos o esquemas.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Socio comunicacional								
8	Transmite una actitud positiva frente al uso de las TIC para apoyar la colaboración y productividad de los colaboradores.	X		X		X		
9	Utiliza distintas herramientas de diseño de imagen, audio o video digital para transmitir información de manera efectiva.	X		X		X		
10	Se comunica con otras personas utilizando herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica vía web (foros, redes sociales, tweets, etc.).	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Axiológica								
11	Valora el uso correcto de las Tics (tecnologías de la información y comunicación) en el desenvolvimiento de sus labores.	X		X		X		
12	Promueve el uso ético, seguro, legal y responsable de la información y de las TIC.	X		X		X		
13	Utiliza los recursos y herramientas digitales para la exploración de temas del mundo actual y la solución de problemas reales, atendiendo a necesidades laborales de la organización que sobresale en el momento.	X		X		X		
14	Reflexiona acerca de la influencia que tiene el entorno cultural y político en las TIC.	X		X		X		
DIMENSIÓN 5: Emocional								
15	Constuye su identidad digital mediante el uso de distintas plataformas tecnológicas (redes sociales, sitios web, etc.).	X		X		X		
16	Ejerce un equilibrio de sus emociones en el manejo de las TIC.	X		X		X		
17	Es consciente que la gestión de su identidad en línea posee efectos a corto y largo plazo.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: los ítems responden a los indicadores y dimensiones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Vilca Homa, Melissa _____ DNI: 44344337 _____

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad César Vallejo	Administración	2021-2
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Universidad César Vallejo	Docente	Lima	2021-2	Dirección de escuela
02					
03					

^{a1} Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

ⁱ Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

^d Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 4 de octubre de 2021



Firma

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable: Gestión estratégica

Según Romero (2016) "es un proceso global que apunta a la eficacia, integrando todas las fases del proceso estratégico, considerando también el indicador de eficiencia y efectividad que, enlazados a otros sistemas de gestión, responsabiliza a todos los gerentes por el desarrollo e implementación de estrategias" (p. 28).

Dimensión 1: Lineamientos estratégicos.

Según Alfonso (2019) "son normas y objetivos que forman parte esencial y base de una empresa, la cual debe estar debidamente estructurada y alineada a la misión y visión, antes y durante la creación de una empresa, todo ello fundamenta el actuar de la misma en el futuro" (p. 5).

Dimensión 2: Análisis estratégico.

Según Magallón (2014) se refiere a "evaluar el análisis interno y externo de una empresa saber en qué posición se encuentra frente a la competencia, los aspectos de mejora y los recursos a favor con las que cuenta" (p. 6).

Dimensión 3: Estrategias.

Según Gonzales, et al. (2019) "son acciones que buscan consolidar el logro de los objetivos planteados" (p. 253).

Dimensión 4: Control.

Según Gonzales (2017) "se refiere al monitoreo del desempeño de los colaboradores en las empresas, con ello se busca verificar el correcto cumplimiento de las actividades de manera exitosa y en función a los objetivos organizacionales" (p. 80).

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable: Gestión estratégica

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas de medición
La gestión estratégica, según Romero (2018) "es un proceso global que apunta a la eficacia, integrando todas las fases del proceso estratégico, considerando también el indicador de eficiencia y efectividad que, enlazados a otros sistemas de gestión, responsabiliza a todos los gerentes por el desarrollo e implementación de estrategias" (p. 28).	Es de naturaleza cualitativa, la cual se operacionaliza en dimensiones: Planeación, organización, dirección y control. Sus escalas de valoración son: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5).	Lineamientos estratégicos	Misión y visión	1, 2	Ordinal.
			Objetivos	3, 4	
		Análisis estratégico	Análisis interno	5, 6	
			Análisis externo	7, 8	
		Estrategia	Formulación de estrategias	9, 10	
			Implementación de estrategias	11, 12	
		Control	monitoreo	13, 14	
			Indicadores estratégicos	15, 16	

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE GESTIÓN ESTRATÉGICA

Nº	DIMENSIONES / ítema	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Superencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Lineamiento estratégico								
1	Conoce la misión y visión de la empresa.	X		X		X		
2	Realiza acciones para consolidar la misión y visión de la empresa en sus colaboradores.	X		X		X		
3	Es consciente de los objetivos a mediano y largo plazo de la empresa.	X		X		X		
4	Considera que cumple los objetivos de la empresa.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Análisis estratégico								
5	Realiza constantes análisis internos para encontrar deficiencias y/o fortalezas en su establecimiento.	X		X		X		
6	Los análisis internos son realizados de forma estructurada, analítica y objetiva posible.	X		X		X		
7	Realiza constantes análisis externos para encontrar amenazas y/o oportunidades para su establecimiento.	X		X		X		
8	Los análisis externos son realizados de forma planificada, rigurosa y objetiva posible.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Estrategia								
9	Participa en el diagnóstico situacional para la formulación de estrategias de la empresa.	X		X		X		
10	Elabora estrategias para las distintas áreas/procesos del establecimiento.	X		X		X		
11	Implementa estrategias previamente estudiadas a los planes de la empresa.	X		X		X		
12	Evalúa la efectividad de las estrategias desarrolladas.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Control								
13	Supervisa el desempeño de sus colaboradores.	X		X		X		
14	Monitorea el correcto flujo de los procesos en su establecimiento.	X		X		X		
15	Maneja indicadores estratégicos de gestión.	X		X		X		
16	Investiga e implementa indicadores estratégicos para medir la efectividad de sus procesos y otros en el establecimiento.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: los ítems responden a los indicadores y dimensiones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Vilca Horna, Melissa DNI: 44344337

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad César Vallejo	Administración	2021-2
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Universidad César Vallejo	Docente	Lima	2021-2	Dirección de escuela
02					
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 4 de octubre de 2021

Melissa Vilca Horna

Firma

Dr. Agliberto Cifuentes La Rosa



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

N°	DIMENSIONES/ ítem	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Instrumental								
1	Maneja eficientemente los distintos componentes de un ordenador (monitor, CPU, mouse, modem, impresora, etc.).	X		X		X		
2	Maneja distintos dispositivos móviles (Smartphone, Tablet, PDA, etc.).	X		X		X		
3	Utiliza distintos tipos de sistemas operativos instalados en diversa arquitectura informática (Microsoft Windows, Linux, Mac) y en dispositivos móviles (IOS Y Android).	X		X		X		
4	Distingue, selecciona y utiliza aplicaciones y programas de manera efectiva.	X		X		X		
DIMENSION 2: Cognitivo intelectual								
5	Busca, selecciona y accede a información necesaria para su desempeño laboral.	X		X		X		
6	Comprende, organiza y usa la información a partir de una variedad de fuentes y medios.	X		X		X		
7	Sintetiza la información de manera adecuada para la construcción y asimilación del nuevo contenido en tablas, gráficos o esquemas.	X		X		X		
DIMENSION 3: Socio comunicacional								
8	Transmite una actitud positiva frente al uso de las TIC para apoyar la colaboración y productividad de los colaboradores.	X		X		X		
9	Utiliza distintas herramientas de diseño de imagen, audio o video digital para transmitir información de manera efectiva.	X		X		X		
10	Se comunica con otras personas utilizando herramientas de comunicación síncrona y asincrónica vía web (foros, redes sociales, tweets, etc.).	X		X		X		
DIMENSION 4: Axiológica								
11	Valora el uso correcto de las Tics (tecnologías de la información y comunicación) en el desenvolvimiento de sus labores.	X		X		X		
12	Promueve el uso ético, seguro, legal y responsable de la información y de las TIC.	X		X		X		
13	Utiliza los recursos y herramientas digitales para la exploración de temas del mundo actual y la solución de problemas reales, atendiendo a necesidades laborales de la organización que sobresale en el momento.	X		X		X		
14	Reflexiona acerca de la influencia que tiene el entorno cultural y político en las TIC.	X		X		X		
DIMENSION 5: Emocional								
15	Construye su identidad digital mediante el uso de distintas plataformas tecnológicas (redes sociales, sitios web, etc.).	X		X		X		
16	Ejerce un equilibrio de sus emociones en el manejo de las TIC.	X		X		X		
17	Es consciente que la gestión de su identidad en línea posee efectos a corto y largo plazo.	X		X		X		



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: los ítems responden a los indicadores y dimensiones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Agliberto cesar Cifuentes La Rosa DNI: 09534164

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	UCV	Doctorado en Administración	2017- 2020
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	UCV	DTC	Lima Este	2013 – a la actualidad	DTC
02					
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma

Lima, 03 de octubre de 2021

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE GESTIÓN ESTRATÉGICA

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Lineamientos estratégicos								
1	Conoce la misión y visión de la empresa.	x		X		X		
2	Realiza acciones para consolidar la misión y visión de la empresa en sus colaboradores.	x		X		X		
3	Es consciente de los objetivos a mediano y largo plazo de la empresa.	x		X		X		
4	Considera que cumple los objetivos de la empresa.	x		X		X		
DIMENSION 2: Análisis estratégico								
5	Realiza constantes análisis internos para encontrar deficiencias y/o fortalezas en su establecimiento.	x		X		X		
6	Los análisis internos son realizados de forma estructurada, analítica y objetiva posible.	x		X		X		
7	Realiza constantes análisis externos para encontrar amenazas y/o oportunidades para su establecimiento.	x		X		X		
8	Los análisis externos son realizados de forma planificada, rigurosa y objetiva posible.	x		X		X		
DIMENSION 3: Estrategia								
9	Participa en el diagnóstico situacional para la formulación de estrategias de la empresa.	x		X		X		
10	Elabora estrategias para las distintas áreas/procesos del establecimiento.	x		X		X		
11	Implementa estrategias previamente estudiadas a los planes de la empresa.	x		X		X		
12	Evalúa la efectividad de las estrategias desarrolladas.	x		X		X		
DIMENSION 4: Control								
13	Supervisa el desempeño de sus colaboradores.	x		X		X		
14	Monitorea el correcto flujo de los procesos en su establecimiento.	x		X		X		
15	Maneja indicadores estratégicos de gestión.	x		X		X		
16	Investiga e implementa indicadores estratégicos para medir la efectividad de sus procesos y otros en el establecimiento.	x		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: los ítems responden a los indicadores y dimensiones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []
 Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Agliberto cesar Cifuentes La Rosa DNI: 09534164

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	UCV	Doctorado en Administración	2017- 2020
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	UCV	DYC	Lima Este	2013 – a la actualidad	DYC
02					
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 03 de octubre de 2021



Firma

Dra. Elva Sandoval Gomez



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Superficies
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Instrumental								
1	Maneja eficientemente los distintos componentes de un ordenador (monitor, CPU, mouse, modem, impresora, etc.).	X		X		X		
2	Maneja distintos dispositivos móviles (Smartphone, Tablet, PDA, etc.).	X		X		X		
3	Utiliza distintos tipos de sistemas operativos instalados en diversa arquitectura informática (Microsoft Windows, Linux, Mac) y en dispositivos móviles (IOS Y Android).	X		X		X		
4	Distingue, selecciona y utiliza aplicaciones y programas de manera efectiva.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Cognitivo Intelectual								
5	Busca, selecciona y accede a información necesaria para su desempeño laboral.	X		X		X		
6	Comprende, organiza y usa la información a partir de una variedad de fuentes y medios.	X		X		X		
7	Sintetiza la información de manera adecuada para la construcción y asimilación del nuevo contenido en tablas, gráficos o esquemas.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Habilidad comunicacional								
8	Transmite una actitud positiva frente al uso de las TIC para apoyar la colaboración y productividad de los colaboradores.	X		X		X		
9	Utiliza distintas herramientas de diseño de imagen, audio o vídeo digital para transmitir información de manera efectiva.	X		X		X		
10	Se comunica con otras personas utilizando herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica vía web (foros, redes sociales, tweets, etc.).	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Actitudológica								
11	Valora el uso correcto de las Tics (tecnologías de la información y comunicación) en el desenvolvimiento de sus labores.	X		X		X		
12	Promueve el uso ético, seguro, legal y responsable de la información y de las TIC.	X		X		X		
13	Utiliza los recursos y herramientas digitales para la exploración de temas del mundo actual y la solución de problemas reales, atendiendo a necesidades laborales de la organización que sobresalga en el momento.	X		X		X		
14	Reflexiona acerca de la influencia que tiene el entorno cultural y político en las TIC.	X		X		X		
DIMENSIÓN 5: Emocional								
15	Construye su identidad digital mediante el uso de distintas plataformas tecnológicas (redes sociales, sitios web, etc.).	X		X		X		



16	Ejerce un equilibrio de sus emociones en el manejo de las TIC.	X		X		X		
17	Es consciente que la gestión de su identidad en línea posee efectos a corto y largo plazo.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: los ítems responden a los indicadores y dimensiones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Sandoval Gomez Elva

DNI: 43699705

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad Cesar Vallejo	Lic. Administración	2008-2011
02	Universidad Intemacional de Valencia	Mg. Dirección de Marketing y Gestión Comercial	2020-2121
03	Universidad Cesar Vallejo	Mg. Administración de la Educación	2013-2015
04	Universidad Cesar Vallejo	Dra. Administración	2017-2020

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Universidad Cesar Vallejo	Docente	Piura	2020- Actualidad	<ul style="list-style-type: none"> - Dictado clases - Coordinar actividades de RSU - Monitorear y supervisión de Prácticas pre profesionales.
02	Universidad Cesar Vallejo	Coordinadora de Escuela Marketing y Dirección de Empresas	Lima Este	2017-2020	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar y controlar las diferentes actividades de la escuela según el PE y PD. - Dictado de clases.

03	Buro Outsourcing	Verificadora	Centro Cívico	2012-2013	- Verificación de planillas de los colaboradores de Lima.
04	Hotel Pacasmayo SAC	Administradora	San Martín de Porres	2008-2011	- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa. - Supervisar al personal. - Proponer proyectos de mejora para la empresa.

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 05 de octubre de 2021



Firma

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE GESTIÓN ESTRATÉGICA

Nº	DIMENSIONES / Ítem	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1: Lineamientos estratégicos								
1	Conoce la misión y visión de la empresa.	X		X		X		
2	Realiza acciones para consolidar la misión y visión de la empresa en sus colaboradores.	X		X		X		
3	Es consciente de los objetivos a mediano y largo plazo de la empresa.	X		X		X		
4	Considera que cumple los objetivos de la empresa.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Análisis estratégico		SI	No	SI	No	SI	No	
5	Realiza constantes análisis internos para encontrar deficiencias y/o fortalezas en su establecimiento.	X		X		X		
6	Los análisis internos son realizados de forma estructurada, analítica y objetiva posible.	X		X		X		
7	Realiza constantes análisis externos para encontrar amenazas y/o oportunidades para su establecimiento.	X		X		X		
8	Los análisis externos son realizados de forma planificada, rigurosa y objetiva posible.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Estrategia		SI	No	SI	No	SI	No	
9	Participa en el diagnóstico situacional para la formulación de estrategias de la empresa.	X		X		X		
10	Elabora estrategias para las distintas áreas/procesos del establecimiento.	X		X		X		
11	Implementa estrategias previamente estudiadas a los planes de la empresa.	X		X		X		
12	Evalúa la efectividad de las estrategias desarrolladas.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Control		SI	No	SI	No	SI	No	
13	Supervisa el desempeño de sus colaboradores.	X		X		X		
14	Monitorea el correcto flujo de los procesos en su establecimiento.	X		X		X		
15	Maneja indicadores estratégicos de gestión.	X		X		X		
16	Investiga e implementa indicadores estratégicos para medir la efectividad de sus procesos y otros en el establecimiento.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: los ítems responden a los indicadores y dimensiones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Sandoval Gomez Elva

DNI: 43699705

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad Cesar Vallejo	Lic. Administración	2008-2011
02	Universidad Internacional de Valencia	Mg. Dirección de Marketing y Gestión Comercial	2020-2121
03	Universidad Cesar Vallejo	Mg. Administración de la Educación	2013-2015
04	Universidad Cesar Vallejo	Dra. Administración	2017-2020

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Universidad Cesar Vallejo	Docente	Piura	2020- Actualidad	- Dictado clases - Coordinar actividades de RSD - Monitorear y supervisión de Prácticas de consultoría
02	Universidad Cesar Vallejo	Coordinadora de Escuela Marketing y Dirección de Empresas	Lima Este	2017-2020	- Planificar, organizar y controlar las diferentes actividades de la escuela según el PE y PO. - Dictado de clases.
03	Buro Outsourcing	Verificadora	Centro Cívico	2012-2013	- Verificación de planillas de los colaboradores de Lima.

04	Hotel Pacasmayo SAC	Administradora	San Martín de Porres	2008-2011	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa. - Supervisar al personal. - Proponer proyectos de mejora para la empresa.
----	---------------------	----------------	----------------------	-----------	---

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 05 de octubre del 2021


Firma

Dra. Cecilia Plasencia Mariños



ESCUELA DE POSGRADO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

N°	DIMENSIONES / ítem	Pertinencia ^a		Relevancia ^b		Claridad ^c		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Instrumental								
1	Maneja eficientemente los distintos componentes de un ordenador (monitor, CPU, mouse, modem, impresora, etc.).	X		X		X		
2	Maneja distintos dispositivos móviles (Smartphone, Tablet, PDA, etc.).	X		X		X		
3	Utiliza distintos tipos de sistemas operativos instalados en diversa arquitectura informática (Microsoft Windows, Linux, Mac) y en dispositivos móviles (IOS Y Android).	X		X		X		
4	Distingue, selecciona y utiliza aplicaciones y programas de manera efectiva.	X		X		X		
DIMENSION 2: Cognitivo intelectual								
5	Busca, selecciona y accede a información necesaria para su desempeño laboral.	X		X		X		
6	Comprende, organiza y usa la información a partir de una variedad de fuentes y medios.	X		X		X		
7	Sintetiza la información de manera adecuada para la construcción y asimilación del nuevo contenido en tablas, gráficos o esquemas.	X		X		X		
DIMENSION 3: Socio comunicacional								
8	Transmite una actitud positiva frente al uso de las TIC para apoyar la colaboración y productividad de los colaboradores.	X		X		X		
9	Utiliza distintas herramientas de diseño de imagen, audio o video digital para transmitir información de manera efectiva.	X		X		X		
10	Se comunica con otras personas utilizando herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica via web (foros, redes sociales, tweets, etc.).	X		X		X		
DIMENSION 4: Axiológica								
11	Valora el uso correcto de las Tics (tecnologías de la información y comunicación) en el desenvolvimiento de sus labores.	X		X		X		
12	Promueve el uso ético, seguro, legal y responsable de la información y de las TIC.	X		X		X		
13	Utiliza los recursos y herramientas digitales para la exploración de temas del mundo actual y la solución de problemas reales, atendiendo a necesidades laborales de la organización que sobresalen en el momento.	X		X		X		
14	Reflexiona acerca de la influencia que tiene el entorno cultural y político en las TIC.	X		X		X		
DIMENSION 5: Emocional								
15	Construye su identidad digital mediante el uso de distintas plataformas tecnológicas (redes sociales, sitios web, etc.).	X		X		X		
16	Ejerce un equilibrio de sus emociones en el manejo de las TIC.	X		X		X		
17	Es consciente que la gestión de su identidad en línea posee efectos a corto y largo plazo.	X		X		X		



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: los ítems responden a los indicadores y dimensiones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dra. Yvette Cecilia Plasencia Mariños DNI: 18099550

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad César Vallejo	Licenciada en Administración/MBA/ Dra. en Administración	2007- 2011
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Universidad César Vallejo	Docente Universitario	Lima Este	2006 a la fecha	Docente tiempo completo
02					
03					

^aPertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

^bRelevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo

^cClaridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 02 de octubre de 2021

Firma

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE GESTIÓN ESTRATÉGICA

N°	DIMENSIONES / Tema	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Lineamientos estratégicos								
1	Conoce la misión y visión de la empresa.	X		X		X		
2	Realiza acciones para consolidar la misión y visión de la empresa en sus colaboradores.	X		X		X		
3	Es consciente de los objetivos a mediano y largo plazo de la empresa.	X		X		X		
4	Considera que cumple los objetivos de la empresa.	X		X		X		
DIMENSION 2: Análisis estratégico								
5	Realiza constantes análisis internos para encontrar deficiencias y/o fortalezas en su establecimiento.	X		X		X		
6	Los análisis internos son realizados de forma estructurada, analítica y objetiva posible.	X		X		X		
7	Realiza constantes análisis externos para encontrar amenazas y/o oportunidades para su establecimiento.	X		X		X		
8	Los análisis externos son realizados de forma planificada, rigurosa y objetiva posible.	X		X		X		
DIMENSION 3: Estrategia								
9	Participa en el diagnóstico situacional para la formulación de estrategias de la empresa.	X		X		X		
10	Elabora estrategias para las distintas áreas/procesos del establecimiento.	X		X		X		
11	Implementa estrategias previamente estudiadas a los planes de la empresa.	X		X		X		
12	Evalúa la efectividad de las estrategias desarrolladas.	X		X		X		
DIMENSION 4: Control								
13	Supervisa el desempeño de sus colaboradores.	X		X		X		
14	Monitorea el correcto flujo de los procesos en su establecimiento.	X		X		X		
15	Maneja indicadores estratégicos de gestión.	X		X		X		
16	Investiga e implementa indicadores estratégicos para medir la efectividad de sus procesos y otros en el establecimiento.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: los ítems responden a los indicadores y dimensiones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [], Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dra. Yvette Cecilia Plasencia Mariños DNI: 18099550

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad César Vallejo	Licenciada en Administración/MBA/ Dra. en Administración	2007- 2011
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Universidad César Vallejo	Docente Universitario	Lima Este	2006 a la fecha	Docente tiempo completo
02					
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 02 de octubre de 2021



Firma

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Instrumental								
1	Maneja eficientemente los distintos componentes de un ordenador (monitor, CPU, mouse, modem, impresora, etc.).	X		X		X		
2	Maneja distintos dispositivos móviles (Smartphone, Tablet, PDA, etc.).	X		X		X		
3	Utiliza distintos tipos de sistemas operativos instalados en diversa arquitectura informática (Microsoft Windows, Linux, Mac) y en dispositivos móviles (IOS Y Android).	X		X		X		
4	Distingue, selecciona y utiliza aplicaciones y programas de manera efectiva.	X		X		X		
DIMENSION 2: Cognitivo intelectual								
5	Busca, selecciona y accede a información necesaria para su desempeño laboral.	X		X		X		
6	Comprende, organiza y usa la información a partir de una variedad de fuentes y medios.	X		X		X		
7	Sintetiza la información de manera adecuada para la construcción y asimilación del nuevo contenido en tablas, gráficos o esquemas.	X		X		X		
DIMENSION 3: Socio comunicacional								
8	Transmite una actitud positiva frente al uso de las TIC para apoyar la colaboración y productividad de los colaboradores.	X		X		X		
9	Utiliza distintas herramientas de diseño de imagen, audio o video digital para transmitir información de manera efectiva.	X		X		X		
10	Se comunica con otras personas utilizando herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica (vía web, foros, redes sociales, tweets, etc.).	X		X		X		
DIMENSION 4: Asistologica								
11	Valora el uso correcto de las TICs (tecnologías de la información y comunicación) en el desenvolvimiento de sus labores.	X		X		X		
12	Promueve el uso ético, seguro, legal y responsable de la información y de las TIC.	X		X		X		
13	Utiliza los recursos y herramientas digitales para la exploración de temas del mundo actual y la solución de problemas reales, atendiendo a necesidades laborales de la organización que sobresalen en el momento.	X		X		X		
14	Reflexiona acerca de la influencia que tiene el entorno cultural y político en las TIC.	X		X		X		
DIMENSION 5: Emocional								
15	Construye su identidad digital mediante el uso de distintas plataformas tecnológicas (redes sociales, sitios web, etc.).	X		X		X		
16	Ejerce un equilibrio de sus emociones en el manejo de las TIC.	X		X		X		
17	Es consciente que la gestión de su identidad en línea posee efectos a corto y largo plazo.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: El número de ítems es suficiente para medir la variable en evaluación: "Alfabetización digital en la gestión estratégica"

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: *Walter Manuel Vázquez Mondragón...* DNI: 40769191...

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo	Física y Matemática	1997-2001
02	Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle	Maestría en: Medición, evaluación y acreditación de la calidad educativa	2008-2009
03	Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle	Doctorado en educación	2011-2013

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	IE. José Rodríguez Trujano	Subdirector	San Martín de Porres	2017-2020	Responsable del área académica correspondiente al nivel Secundaria.
02	Universidad Cesar Vallejo	Docente	Lima Norte	2012-	Responsable de las experiencias curriculares de metodología de la investigación científica y del diseño y desarrollo de tesis en el nivel de Posgrado.
03	Ministerio de Educación	Especialista	Lima	2015-2017	Responsable del proceso de monitoreo y acompañamiento pedagógico en las instituciones educativas de Jornada Escolar Completa (JEC)
04	Escuela Nacional de Formación Profesional Policial	Docente	Chorrillos	2020-	Responsable de las experiencias curriculares de taller de tesis en la Maestría en Administración y Ciencias Policiales.

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lima, 09 de *setiembre*



 Dr. Walter Manuel Vázquez Mondragón

 DNI N° 40769191

 Telf. 966905999

 Docente de la Escuela de Posgrado UCV

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE GESTIÓN ESTRATÉGICA

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Lineamientos estratégicos								
1	Conoce la misión y visión de la empresa.	X		X		X		
2	Realiza acciones para consolidar la misión y visión de la empresa en sus colaboradores.	X		X		X		
3	Es consciente de los objetivos a mediano y largo plazo de la empresa.	X		X		X		
4	Considera que cumple los objetivos de la empresa.	X		X		X		
DIMENSION 2: Análisis estratégico								
5	Realiza constantes análisis internos para encontrar deficiencias y/o fortalezas en su establecimiento.	X		X		X		
6	Los análisis internos son realizados de forma estructurada, analítica y objetiva posible.	X		X		X		
7	Realiza constantes análisis externos para encontrar amenazas y/o oportunidades para su establecimiento.	X		X		X		
8	Los análisis externos son realizados de forma planificada, rigurosa y objetiva posible.	X		X		X		
DIMENSION 3: Estrategia								
9	Participa en el diagnóstico situacional para la formulación de estrategias de la empresa.	X		X		X		
10	Elabora estrategias para las distintas áreas/procesos del establecimiento.	X		X		X		
11	Implementa estrategias previamente estudiadas a los planes de la empresa.	X		X		X		
12	Evalúa la efectividad de las estrategias desarrolladas.	X		X		X		
DIMENSION 4: Control								
13	Supervisa el desempeño de sus colaboradores.	X		X		X		
14	Monitorea el correcto flujo de los procesos en su establecimiento.	X		X		X		
15	Maneja indicadores estratégicos de gestión.	X		X		X		
16	Investiga e implementa indicadores estratégicos para medir la efectividad de sus procesos y otros en el establecimiento.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Observaciones: El número de ítems es suficiente para medir la variable en evaluación "Alfabetización digital en la gestión estratégica"

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Walter Manuel Vázquez Mondragón... DNI:40769191...

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo	Física y Matemática	1997-2001
02	Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle	Maestría en: Medición, evaluación y acreditación de la calidad educativa	2008-2009
03	Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle	Doctorado en educación	2011-2013

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	IE. José Rodríguez Triguero	Subdirector	San Martín de Porres	2017-2020	Responsable del área académica correspondiente al nivel Secundaria.
02	Universidad Cesar Vallejo	Docente	Lima Norte	2012-	Responsable de las experiencias curriculares de metodología de la investigación científica y del diseño y desarrollo de tesis en el nivel de Posgrado.
03	Ministerio de Educación	Especialista	Lima	2015-2017	Responsable del proceso de monitoreo y acompañamiento pedagógico en las instituciones educativas de Jornada Escolar Completa (JEC).
04	Escuela Nacional de Formación Profesional Policial	Docente	Chorrillos	2020-	Responsable de las experiencias curriculares de taller de tesis en la Maestría en Administración y Ciencias Policiales.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 09 de setiembre



 Dr. Walter Manuel Vázquez Mondragón

 DNI N° 40769191

 Tel. 966905999

 Docente de la Escuela de Posgrado UCV

Anexo 4: Grado de concordancia entre los jueces según la prueba Binomial

Instrumento: Alfabetización digital

Items	Juez 1: Dra. Melissa Vilca Horna			Juez 2: Dr. Agliberto Cifuentes L.			Juez 3: Dra. Elva Sandoval			Juez 4: Dra. Cecilia Plasencia M.			Juez 5: Dr. Walter Vasquez M.			Concordancia	Ensayos	P_b
	Criterios			Criterios			Criterios			Criterios			Criterios					
	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C			
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	

$$P = \frac{0.0005}{17} = 0.0000305$$

Se considera:

Si la respuesta al criterio fuese negativa: 0

Si la respuesta al criterio fuese positiva: 1

Del resultado se concluye que el instrumento es válido según la opinión de los jueces expertos, ya que este valor es menor que 0.05 (0.0000305).

Instrumento: Gestión estratégica

Items	Juez 1: Dra. Melissa Vilca Horna			Juez 2: Dr. Agliberto Cifuentes L.			Juez 3: Dra. Elva Sandoval			Juez 4: Dra. Cecilia Plasencia M.			Juez 5: Dr. Walter Vasquez M.			Concordancia	Ensayos	P_b
	Criterios			Criterios			Criterios			Criterios			Criterios					
	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C	P	R	C			
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0.0000305	

$$P = \frac{0.0005}{16} = 0.0000305$$

Se considera:

Si la respuesta al criterio fuese negativa: 0

Si la respuesta al criterio fuese positiva: 1

Del resultado se concluye que el instrumento es válido según la opinión de los jueces expertos, ya que este valor es menor que 0.05 (0.0000305).

Anexo 5: Análisis de validez de constructo según la prueba de coeficiente de rangos de spearman

Cuestionario I		Alfabetización Digital	
		r	p
1	Maneja eficientemente los distintos componentes de un ordenador (monitor, cpu, mouse, modem, impresora, etc)	,710**	0.003
2	Maneja distintos dispositivos móviles (smarphone, tablet, PDAs, etc)	,917**	0.000
3	Utiliza distintos tipos de sistemas operativos instalados en diversa arquitectura informática (Microsoft Windowa, Linux, Mac) y en dispositivos móviles (los Y Android).	,917**	0.000
4	Distingue, selecciona y utiliza aplicaciones y programas de manera efectiva.	,925**	0.000
5	Busca, selecciona y accede a información necesaria para su desempeño laboral.	,895**	0.000
6	Comprende, organiza y usa la información a partir de una variedad de fuentes y medios.	,895**	0.000
7	Sintetiza la información de manera adecuada para la construcción y asimilación del nuevo contenido en tablas, graficos o esquemas.	,853**	0.000
8	Transmite una actitud positiva frente al uso de las TIC para apoyar la colaboración y productividad de los colaboradores.	,685**	0.005
9	Utiliza distintas herramientas de diseño de imagen, audio o video digital para transmitir información de manera efectiva.	,933**	0.000
10	Se comunica con otras personas utilizando herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica vía web (foros, redes sociales, tweets, etc).	,846**	0.000
11	Valora el uso correcto de las Tics (tecnologías de la información y comunicación) en el desenvolvimiento de sus labores.	,598*	0.018
12	Promueve el uso etico, seguro, legal y responsable de la información y de las TIC.	,846**	0.000
13	Utiliza los recursos y herramientas digitales para la exploración de temas del mundo actual y la solución de problemas reales, atendiendo a necesidades laborales de la organización que sobresalga en el momento.	,920**	0.000
14	Reflexiona acerca de la influencia que tiene el entorno cultural y politico en las TIC.	,882**	0.000
15	Construye su identidad digital mediante el uso de distintas plataformas tecnológicas (redes sociales, sitios web, etc).	,874**	0.000
16	Ejerce un equilibrio de sus emociones en el manejo de las TIC.	,701**	0.004
17	Es conciente que la gestión de su identidad en linea posee efectos a corto y largo plazo.	,611*	0.016

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

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

	Cuestionario II	Gestión Estratégica	
		r	p
1	Conoce la misión y visión de la empresa	,840**	0.000
2	Realiza acciones para consolidar la misión y visión de la empresa en sus colaboradores	,897**	0.000
3	Es consciente de los objetivos a mediano y largo plazo de la empresa	,575*	0.025
4	Considera que cumple los objetivos de la empresa	,691**	0.004
5	Realiza constantes análisis internos para encontrar deficiencias y/o fortalezas en su establecimiento.	,863**	0.000
6	Los análisis internos son realizados de forma estructurada, analítica y objetiva posible.	,700**	0.004
7	Realiza constantes análisis externos para encontrar amenazas y/o oportunidades para su establecimiento.	,607*	0.016
8	Los análisis externos son realizados de forma planificada, rigurosa y objetiva posible.	,651**	0.009
9	Participa en el diagnostico situacional para la formulación de estrategias de la empresa.	,746**	0.001
10	Elabora estrategias para las distintas áreas/procesos del establecimiento	,590*	0.021
11	Implementa estrategias previamente estudiadas a los planes de la empresa	,623*	0.013
12	Evalúa la efectividad de las estrategias desarrolladas.	,781**	0.001
13	Supervisa el desempeño de sus colaboradores	,781**	0.001
14	Monitorea el correcto flujo de los procesos en su establecimiento	,781**	0.001
15	Maneja indicadores estratégicos de gestión.	,736**	0.002
16	Investiga e implementa indicadores estratégicos para medir la efectividad de sus procesos y otros en el establecimiento.	,749**	0.001

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

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

Anexo 6: confiabilidad

V1: Alfabetización digital

CUESTIONARIO SOBRE ALFABETIZACIÓN DIGITAL																							
Nº	D1. Instrumental				D2. Cognitivo intelectual			D3. Socio-comunicación			D4. Axiológica				D5. Emocional			D1	D2	D3	D4	D5	V1
	IT1	IT2	IT3	IT4	IT5	IT6	IT7	IT8	IT9	IT10	IT11	IT12	IT13	IT14	IT15	IT16	IT17						
1	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	17	13	14	17	13	74
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	19	15	15	20	14	83
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	16	14	14	19	15	78
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	20	15	15	19	15	84
14	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	17	10	13	17	14	71
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	17

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	77,73	20,067	,231	,947
VAR00002	77,87	17,267	,938	,934
VAR00003	77,87	17,267	,938	,934
VAR00004	77,93	17,352	,814	,937
VAR00005	77,87	16,410	,868	,937
VAR00006	77,87	16,410	,868	,937
VAR00007	77,80	18,457	,690	,940
VAR00008	77,67	20,667	,000	,947
VAR00009	77,87	17,267	,938	,934
VAR00010	77,73	19,067	,680	,941
VAR00011	77,73	19,495	,485	,944
VAR00012	77,73	19,067	,680	,941
VAR00013	77,93	17,495	,774	,938
VAR00014	77,80	17,886	,893	,936
VAR00015	77,87	17,981	,716	,940
VAR00016	77,67	20,667	,000	,947
VAR00017	77,73	19,495	,485	,944

V2: Gestión estratégica

CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN ESTRATEGICA

N°	D1. Lineamientos estratégicos				2. Analisis estrategico				D3. Estrategias				D4. Control				D1	D2	D3	D4	V2
	IT1	IT2	IT3	IT4	IT5	IT6	IT7	IT8	IT9	IT10	IT11	IT12	IT13	IT14	IT15	IT16					
1	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	3	16	13	11	18	58
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	19	15	14	20	68
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	17	12	14	18	61
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
9	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	19	15	13	20	67
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
13	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	14	15	20	67
14	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	16	13	12	18	59
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,923	16

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00052	72,73	15,781	,795	,917
VAR00053	72,53	16,267	,880	,910
VAR00054	72,27	19,638	,578	,921
VAR00055	72,27	19,924	,450	,923
VAR00056	72,40	17,543	,956	,909
VAR00057	72,33	18,667	,736	,916
VAR00058	72,40	18,971	,523	,921
VAR00059	72,33	18,667	,736	,916
VAR00060	72,60	16,400	,825	,913
VAR00061	72,40	18,543	,649	,918
VAR00062	72,33	18,524	,786	,915
VAR00063	72,20	21,029	,000	,927
VAR00064	72,20	21,029	,000	,927
VAR00065	72,20	21,029	,000	,927
VAR00066	72,33	18,952	,637	,919
VAR00067	72,47	16,267	,921	,908















Anexo 7: Página web de unidad de análisis

comas.mallplaza.pe/gastronomia#patio-de-comida

mallplaza

Inicio y Promociones | Extranjerismo y Gastronomía | Club & Cobros | Interacción y Servicios | Mapas

RESTAURANTE COMIDA

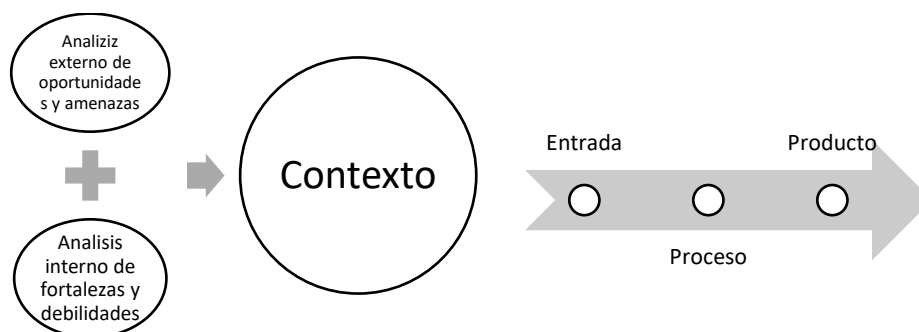
 300 MILLAS LLAMAR NIVEL	 PANNAPALESTINO (POP UP) LLAMAR NIVEL	 ICE FRUIT LLAMAR NIVEL
 KENDASARI (POP UP) LLAMAR NIVEL	 BURGER KING LLAMAR NIVEL 2	 AJEMANA LLAMAR NIVEL
 AJEMANA LLAMAR NIVEL	 BEBIDOS LLAMAR NIVEL	 SIC LLAMAR NIVEL 2
 MIDWEST LLAMAR NIVEL	 PAPA JOHN'S LLAMAR NIVEL	 POPEYES LLAMAR NIVEL
 SHAWARMA LLAMAR NIVEL	 PASTEL DE CAJETA LLAMAR NIVEL	

Anexo 8: Base de datos

Nº	D1. Instrumental				D2. Cognitivo intelectual			D3. Socio-comunicacional			D4. Axilógica				D5. Emocional			D1	D2	D3	D4	D5	V1
	Π1	Π2	Π3	Π4	Π5	Π6	Π7	Π8	Π9	Π10	Π11	Π12	Π13	Π14	Π15	Π16	Π17						
1	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	18	13	14	17	14	76
2	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3	20	15	10	14	11	70
4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	20	13	11	19	13	76
5	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	13	12	11	11	9	56
6	5	5	4	3	4	5	4	5	2	4	4	4	3	2	4	2	3	17	13	11	13	9	63
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	20	15	15	20	14	84
8	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	19	15	14	19	14	81
9	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	20	15	13	15	11	74
10	5	5	3	5	4	5	3	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	18	12	13	18	14	75
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	20	15	15	18	15	83
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
13	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	18	14	15	19	15	81
14	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	3	5	4	5	20	14	12	17	14	77
15	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	17	14	12	18	14	75
16	4	4	3	3	4	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	14	13	13	18	14	72
17	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	18	13	14	17	14	76
18	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	12	7	8	11	8	46
19	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	12	6	8	10	9	45
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
21	4	3	3	3	1	3	2	4	2	3	2	3	2	2	3	3	3	13	6	9	9	9	46
22	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	13	12	11	11	9	56
23	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	13	12	11	11	9	56
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
26	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	13	12	11	11	9	56
27	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	12	9	8	11	8	48
28	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	12	7	8	11	8	46
29	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	12	6	8	10	9	45
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
31	4	3	3	3	1	3	2	4	2	3	2	3	2	2	3	3	3	13	6	9	9	9	46
32	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	13	12	11	11	9	56
33	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	13	12	11	11	9	56
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
36	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	13	12	11	11	9	56
37	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	12	9	8	11	8	48
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	15	85
39	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
40	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
41	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
42	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
43	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
44	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
45	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
46	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
47	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
48	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
49	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
50	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	19	12	15	18	15	79
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
55	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	6	6	8	6	34
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	12	9	51

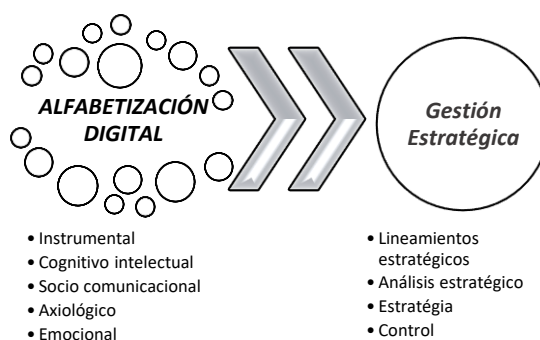
№	D1. Lineamientos estrategicos				D2. Analisis estrategico				D3. Estrategias				D4. Control				D1	D2	D3	D4	V2
	Π1	Π2	Π3	Π4	Π5	Π6	Π7	Π8	Π9	Π10	Π11	Π12	Π13	Π14	Π15	Π16					
1	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	19	18	19	20	76
2	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	18	19	19	19	75
3	5	3	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	1	17	18	13	11	59
4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	19	18	17	18	72
5	4	3	4	4	3	1	3	3	4	5	3	4	5	5	4	4	15	10	16	18	59
6	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	19	17	17	18	71
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	20	20	19	20	79
9	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	20	20	15	20	75
10	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	19	17	18	20	74
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
12	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	19	16	16	20	71
13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	20	20	19	19	78
14	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	18	20	18	20	76
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
16	3	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	4	16	20	15	19	70
17	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	19	18	19	20	76
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	12	12	12	10	46
19	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	1	10	12	10	9	41
20	3	2	3	3	2	1	2	2	3	4	2	3	4	3	3	2	11	7	12	12	42
21	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	9	12	9	10	40
22	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	9	13	9	10	41
23	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	9	12	9	10	40
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	12	12	12	10	46
25	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	19	18	17	18	72
26	3	2	3	3	2	1	2	2	3	4	2	3	4	4	3	3	11	7	12	14	44
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	12	12	12	10	46
29	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	1	10	12	10	9	41
30	3	2	3	3	2	1	2	2	3	4	2	3	4	3	3	2	11	7	12	12	42
31	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	9	12	9	10	40
32	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	9	13	9	10	41
33	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	9	12	9	10	40
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	12	12	12	10	46
35	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	19	18	17	18	72
36	3	2	3	3	2	1	2	2	3	4	2	3	4	4	3	3	11	7	12	14	44
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
38	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	19	18	19	20	76
39	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	18	19	19	19	75
40	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	18	19	19	19	75
41	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	18	19	19	19	75
42	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	18	19	19	19	75
43	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	18	19	19	19	75
44	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	18	19	19	19	75
45	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	18	19	19	19	75
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	20	20	80
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	12	12	48
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	8	8	8	32
63	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	8	8	8	32
64	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	8	8	8	32
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	8	8	8	32
66	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	8	8	8	32
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	8	8	8	32
68	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	8	8	8	32

Anexo 9: Modelo de Administración Estratégica para Restaurantes



Tomado de Delgado (2007). Modelo de administración estratégica, como factor de competitividad para restaurantes típicos.

Anexo 10: Variables de estudio y sus dimensiones



Elaboración propia.

Anexo 11: Escuelas de estrategia

Escuela del diseño	Estrategia como parte del origen.
Escuela del pensamiento	Se basa en proceso formal
Escuela del posicionamiento	Estrategia = analítico
Escuela empresarial	Estrategia = visionario
Escuela cognitiva	Estrategia = mental
Escuela del aprendizaje	Estrategia = emergente
Escuela del poder	Estrategia = negociación
Escuela cultural	Estrategia = colectivo
Escuela ambiental	Estrategia = reactivo
Escuela configuración	Estrategia = transformación

Tomado de Francés (2006, p.54)