

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

“La gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022”

Línea de Investigación

Gerencia e Innovación

Autores

Jurado evaluador

Presidente: Dra. Peña Pazos, Gladys Br. Palacios García, Katherine Elizabeth

Secretario: Ms. Zapata Chau, Jorge Br. Paucar Anastacio, Jenifer Johmiri

Vocal: Dr. García Crisanto, Alex

Asesor

Dr. Ramos Flores, Francisco Alexandro

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0641-1850>

PIURA – PERÚ

2023

Fecha de Sustentación: 23 de Junio de 2023

“La gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022”

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.cientifica.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
2	repositorio.autonoma.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	


Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 2%

Excluir bibliografía

Activo



Dr. Ramos Flores, Francisco Alexandro
Profesor asesor

Declaración de Originalidad

Yo, Francisco Alejandro Ramos Flores docente del Programa de Estudio de Administración, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación titulada “La gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022”, autores Palacios Garcia Katherine Elizabeth y Paucar Anastacio Jennifer Johmiri, dejo en constancia lo siguiente:

- *El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 4%.
Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el (12, junio 2023).*
- *He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.*
- *Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad.*

Trujillo, 26 de junio de 2023



Dr. Ramos Flores, Francisco Alejandro
Profesor asesor

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0641-1850>

DNI N°: 32982571



.....
Palacios Garcia Katherine Elizabeth
DNI N° :77272893



.....
Paucar Anastacio Jennifer Johmiri
DNI N° :75338194

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: *“LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LAS COMPETENCIAS DIGITALES PARA EL EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO DE LOS MILLENNIALS PIURA AÑO 2022”*.

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es *Determinar la relación entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022*.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.

Atentamente,



Br. Palacios García, Katherine
Elizabeth



Br. Paucar Anastacio, Jenifer
Johmiri

DEDICATORIA

El presente trabajo, quiero dedicárselo principalmente a Dios y a mis padres por guiarme y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

Br. Palacios García Katherine Elizabeth

El presente trabajo va dedicado a Dios, mis padres y hermanos que gracias a su apoyo y esfuerzo voy a poder lograr otro objetivo más de mi formación profesional.

Br. Paucar Anastacio Jenifer Johmiri

AGRADECIMIENTO

A nuestros familiares y amigos por haber sido apoyo durante todo este proceso de investigación, así mismo a mis hermanos que con sus palabras me hacían sentir orgullosa de lo que soy y de lo que les puedo enseñar
A la universidad privada Antenor Orrego por haberme brindado tantas oportunidades y enriquecerme en conocimiento

RESUMEN

La investigación propuesta, tuvo como objetivo, determinar la relación entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022. Además, el estudio se basa en una investigación aplicada de diseño descriptivo correlacional, no es experimental y un enfoque transversal. La muestra consistió en 40 emprendedores gastronómicos pertenecientes a la generación de los millennials en la ciudad de Piura. La recolección de datos se realizó mediante la técnica de encuesta, utilizando un cuestionario como instrumento. El coeficiente Alfa de Cronbach para la variable de gestión del conocimiento fue de 0,903, mientras que para la variable de competencia digital fue de 0,845. En cuanto a los resultados estadísticos de correlación, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman para verificar la hipótesis general, y se obtuvo un valor de $r=0,927$ con un nivel de significancia bilateral de $\text{Sig.}=0.000<0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la existencia de una relación entre las variables. Como resultado, se pudo concluir que en el emprendimiento gastronómico de los millennials en Piura durante el año 2022, existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales.

Palabras claves: Gestión del conocimiento, competencias digitales, millennials

ABSTRACT

The proposed research aimed to determine the relationship between knowledge management and digital competences in the gastronomic entrepreneurship of millennials in Piura in 2022. Additionally, the study is based on an applied research with a descriptive correlational design, non-experimental, and a cross-sectional approach. The sample consisted of 40 gastronomic entrepreneurs from the millennial generation in the city of Piura. Data collection was done through the survey technique, using a questionnaire as the instrument. The Cronbach's Alpha coefficient for the knowledge management variable was 0.903, while for the digital competence variable, it was 0.845. Regarding the statistical correlation results, the Spearman's Rho statistic was used to test the overall hypothesis, yielding a value of $r=0.927$ with a bilateral significance level of $\text{Sig.}=0.000<0.05$. Thus, the null hypothesis is rejected, and the existence of a relationship between the variables is accepted. As a result, it can be concluded that there is a significant relationship between knowledge management and digital competences in gastronomic entrepreneurship among millennials in Piura during the year 2022.

Keywords: Knowledge management, digital skills, millennials

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Página
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Formulación del Problema	10
1.1.1. Realidad problemática.....	10
1.1.2. Enunciado del problema.....	12
1.2. Justificación.....	12
1.2.1. Teórica	12
1.2.2. Práctica	13
1.2.3. Metodológica	13
1.2.4. Social	13
1.3. Objetivos	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos	14
II. MARCO DE REFERENCIA	15
2.1. Antecedentes	15
2.1.1. A nivel internacional	15
2.1.2. A nivel nacional	17
2.1.3. A nivel local	19
2.2. Marco teórico	20
2.2.1. Gestión del conocimiento	20
2.2.2. Competencias digitales	27
2.3. Marco conceptual.....	33
2.4. Hipótesis	34
2.5. Variables	35

2.5.1. Operacionalización de variables.....	35
III. MATERIAL Y MÉTODOS	37
3.1. Material	37
3.1.1. Población.....	37
3.1.2. Técnicas de muestreo no probabilístico	37
3.1.3. Muestreo intencional	37
3.2. Métodos	38
3.2.1. Diseño de investigación	38
3.2.2. Técnicas e instrumentos de investigación.....	39
3.2.3. Validez y confiabilidad del instrumento	39
3.2.4. Procesamiento y análisis de datos	40
IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	42
4.1. Presentación de resultados.....	42
4.2. Discusión de resultados	52
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS	58
ANEXOS.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Operacionalización de las variables	35
Tabla 2. Estadístico de confiabilidad del instrumento	40
Tabla 3. Variable Gestión del conocimiento	42
Tabla 4. Dimensión Cultura organizacional.....	43
Tabla 5. Dimensión Comunicación interna.....	43
Tabla 6. Dimensión Desarrollo de competencias	44
Tabla 7. Dimensión Planificación	45
Tabla 8. Variable Competencias digitales	46
Tabla 9. Dimensión Alfabetización digital.....	46
Tabla 10. Dimensión Comunicación colaborativa	47
Tabla 11. Dimensión Creación de contenidos digitales.....	48
Tabla 12. Dimensión Resolución de problemas	49
Tabla 13. Prueba de normalidad Shapiro-Wilk.....	50
Tabla 14. Prueba de correlación Rho de Spearman entre las dimensiones de la gestión del conocimiento y las competencias digitales	50
Tabla 15. Escala de correlación de Rho Spearman	51
Tabla 16. Prueba de correlación Rho de Spearman	52

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad problemática

La OIT (Organización Internacional del Trabajo), informa que actualmente hay alrededor de 188 millones de personas desempleadas en el mundo, y aunque se ha mantenido relativamente estable durante los últimos nueve años, esta cifra aumentará a 2,5 millones. Las causas fundamentales de este crecimiento son la desaceleración del crecimiento económico, los despidos en los sectores público y privado, un aumento en la fuerza laboral mundial y una disminución de nuevos puestos de trabajo. Se puede señalar que estos números se deben a la quiebra de muchos emprendimientos a lo largo del tiempo, actividad que es muy beneficiosa para la sociedad y no solo por el trabajo que realiza. Tomando como ejemplo el Reino Unido en 2017, había más de 470.000 emprendimientos y 1,44 millones de personas. Este número se ha multiplicado a nivel mundial y se observa que millones de personas no solo encuentran trabajo, sino que sus actividades también benefician a la sociedad, la naturaleza y el medio ambiente, (Ferreira, 2020).

Estudios de empresas en países en vías de desarrollo, como las estadísticas GEM Research 2018-2019, muestran que algunos países poseen una alta proporción de emprendedores (más del 72%), pero con limitadas competencias digitales, como los casos de Colombia, Chile, Ecuador y Perú, (Kelley et al., 2019).

CENTRUM (2021) mencionó en los últimos resultados del Ranking de Competitividad Mundial 2021 del Institute of Management Development (IMD), que la situación en Perú sigue siendo un desafío complejo, pero no imposible, cayendo al puesto 58, un lugar por debajo respecto al periodo 2008 - 2021. Esto se debe a que, a pesar de la mejora en la economía, que ha subido del puesto 55 al 41, lamentablemente ha retrocedido en cuanto a eficiencia gubernamental y eficiencia empresarial, mientras que en infraestructura o inversión pública se mantuvo en el puesto 61. Estos datos proporcionan una referencia sobre la importancia de aplicar nuevas estrategias para mejorar los ratings del IMD.

Los emprendedores de hoy se esfuerzan por encontrar nuevas estrategias que ayuden a mejorar la eficiencia de su desempeño y resultados para obtener una ventaja en su posicionamiento competitivo. La gestión del conocimiento se convierte en una importante opción de diferenciación en el mercado, basada en las competencias digitales como estrategia para lograr mejores resultados, (Medina, 2019).

En muchos países de América Latina, el emprendimiento se ha convertido en uno de los métodos alternativos de creación de empleo y una fuente de desarrollo socioeconómico. El auge de estas opciones de negocio llevó a la creación en 1997 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), una agencia encargada de evaluar el espíritu empresarial en la economía de los países, (Garcerá, 2019).

Según el Banco de Desarrollo de América Latina (2020), las principales razones del fracaso temprano de los emprendimientos en la región están relacionadas con el tamaño pequeño de las empresas, la mala gestión de sus recursos, el bajo impulso de crecimiento, la baja capacidad de innovar tecnología y las pocas competencias de los emprendedores.

Piura es una de las ciudades más importantes de Perú y posee una de las mayores cantidades de emprendimientos en el país, pero una gran proporción de estos poseen un ciclo de vida corto, en muchos casos no mayor al primer año de vida. Este bajo nivel de persistencia se ve obstaculizado por sus capacidades limitadas de competencias digitales y la infrutilización de la gestión del conocimiento en la toma de decisiones. Según Flores y Montoya (2021), la gestión del conocimiento y las competencias digitales son áreas en las que muchas empresas piuranas aún poseen una amplia brecha por cerrar. La baja adopción de tecnologías digitales y la falta de capacitación en competencias digitales son los principales obstáculos que enfrentan los emprendimientos gastronómicos en Piura en la gestión del conocimiento. La falta de una cultura de colaboración y compartición de información también es un desafío importante que debe ser abordado. Por otro lado, según Vergara y Villanueva (2020), la falta de competencias digitales es un obstáculo importante para la competitividad de las empresas piuranas. La escasez de

recursos y la falta de políticas gubernamentales claras para fomentar la adopción de tecnologías digitales y la capacitación en competencias digitales son algunos de los factores que contribuyen a esta realidad problemática. Además, la cultura organizacional puede ser un obstáculo importante para la gestión del conocimiento efectiva en los emprendimientos peruanos, lo que limita su capacidad para aprovechar la tecnología y gestionar de manera efectiva el conocimiento.

Así mismo, las estrategias digitales son fundamentales para mejorar la gestión del conocimiento y las competencias digitales en una organización. Permiten capturar y organizar el conocimiento de manera eficiente, fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos, brindando oportunidades para que los empleados adquieran y mejoren sus habilidades digitales. Al implementar estrategias digitales efectivas, las organizaciones pueden aprovechar al máximo las tecnologías digitales para mejorar la gestión del conocimiento y promover un entorno de aprendizaje continuo y colaborativo.

Por lo tanto, la presente investigación buscó determinar la relación entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

1.1.2. Enunciado del problema

¿Cómo se relaciona la gestión del conocimiento en las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022?

1.2. Justificación

1.2.1. Teórica

La tesis de investigación se justifica en lo teórico dado que busca determinar la relación entre las competencias digitales y la gestión de conocimiento en el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022 con teorías que respalden dicha relación, fundamentada en la teoría de Tahirí y García (2012), para la variable *gestión del conocimiento* y la teoría de Estrada et al. (2022), para la variable *competencias digitales*.

1.2.2. Práctica

La tesis de investigación se justifica en lo práctico, dado que su finalidad es determinar los factores relacionados a las competencias digitales y la gestión del conocimiento. Además de caracterizar las competencias digitales en los millennials de la ciudad de Piura y proponer recomendaciones para desarrollar la gestión del conocimiento en el emprendimiento gastronómico de los millennials.

1.2.3. Metodológica

La justificación metodológica es una parte esencial de una investigación, puesto que respalda y fundamenta la elección de una metodología específica, al respecto la investigación usa el método hipotético deductivo (Cavero, 2015), con un enfoque cuantitativo (Merino, 2013), de tipo descriptivo correlacional (Castañeda y Osorio, 2016) y de nivel aplicativo (Rengifo, 2015). Asimismo, para poder lograr los objetivos se usaron técnicas e instrumentos de investigación como las encuestas y el cuestionario respectivamente, identificando de esta forma el aporte del método científico hipotético deductivo que permitan el entendimiento de la relación entre las competencias digitales y la gestión del conocimiento en el emprendimiento gastronómico de los millennials piuranos.

1.2.4. Social

La tesis de investigación se justifica socialmente, dado que posee como finalidad dar a conocer a los emprendedores tanto piuranos como del Perú, la importancia de establecer un plan para desarrollar las competencias digitales y la gestión del conocimiento, puesto que significaría la innovación de productos, servicios, procesos internos y externos de los emprendimientos.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la relación entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- Establecer el nivel de gestión del conocimiento en el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.
- Establecer el nivel de competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.
- Determinar la relación entre las dimensiones de la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Mangia y Bianca (2018), en su artículo titulado *“Industry 4.0 and new skills patterns: A contribution to the definition of the professional profiles in the fast-food sector”*, publicado en la Revista de Administração da UFSM. El artículo aborda la relación entre la industria 4.0 y los patrones de nuevas habilidades requeridas en el sector de comida rápida. La industria 4.0, que implica la integración de tecnologías digitales avanzadas y las competencias digitales en los procesos de producción y gestión, se espera que tenga un impacto significativo en este sector. El objetivo del artículo es contribuir a la definición de los perfiles profesionales necesarios en el contexto de la industria 4.0. En este sentido, se exploran los cambios tecnológicos y las nuevas competencias digitales que están ocurriendo en el sector de comida rápida y su influencia en las operaciones y las funciones laborales. Además, se identifican las nuevas habilidades y competencias requeridas para los profesionales en este campo, y se discute la necesidad de adaptar los perfiles profesionales existentes y desarrollar nuevas habilidades para afrontar los desafíos que plantea la industria 4.0. El artículo también aborda propuestas para la formación y capacitación de los empleados del sector de comida rápida en las competencias digitales y competencias necesarias.

Sumoy (2018), en su artículo titulado *“Teaching digital skills for a new fast-food society: A case study”*, publicado en la Proceedings of the 10th International Conference on Education and New Learning Technologies. El artículo se enfoca en la enseñanza de competencias digitales para adaptarse a una sociedad de comida rápida en constante evolución. El estudio se basa en un caso específico y examina cómo se introducen y enseñan estas competencias en el contexto de la industria de comida rápida. El objetivo principal del artículo es analizar la forma en que se imparten estas competencias digitales y su impacto tanto en los empleados como en la sociedad en general. Además, se exploran temas relevantes como la importancia de la capacitación digital en el sector de comida rápida,

las estrategias utilizadas para enseñar estas competencias y los beneficios y desafíos asociados con la adopción de la tecnología digital en esta industria en constante cambio.

Iacob et al. (2020), en su artículo titulado *“Digital competence in knowledge management: A systematic review of the literature”*, publicado en *Computers in Human Behavior*. El artículo realiza una revisión sistemática de la literatura sobre la competencia digital en la gestión del conocimiento. Los autores identifican la falta de un marco conceptual coherente y la diversidad de enfoques en la literatura existente sobre el tema. A través de su revisión, los autores identifican los componentes esenciales de la competencia digital en la gestión del conocimiento, que incluyen habilidades técnicas, cognitivas, comunicativas y de gestión. Además, los autores destacan la importancia de la cultura organizacional y la colaboración en la gestión efectiva del conocimiento en la era digital. En general, el artículo proporciona una visión general de la competencia digital en la gestión del conocimiento y sugiere futuras direcciones de investigación.

Zhao et al. (2020), en su artículo titulado *“From Knowledge Management to Digital Knowledge Management: The Evolution of Knowledge Management and the Role of Digital Technologies”*, publicado en *Journal of the Association for Information Science and Technology*. El artículo explora la evolución de la gestión del conocimiento y el papel de las tecnologías digitales en su desarrollo. Los autores argumentan que la gestión del conocimiento ha evolucionado de un enfoque centrado en la creación y almacenamiento de conocimiento hacia un enfoque más amplio que involucra la gestión del ciclo de vida del conocimiento y su transferencia efectiva dentro de la organización. Los autores también analizan el papel de las tecnologías digitales en la gestión del conocimiento y cómo estas han influido en su evolución. En particular, se discute el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en la creación, almacenamiento, transferencia y uso del conocimiento. Además, el artículo examina el concepto de gestión del conocimiento digital y cómo difiere de la gestión del conocimiento convencional. Los autores destacan la

importancia de la colaboración, la cultura organizacional y el liderazgo en la gestión efectiva del conocimiento digital. En general, el artículo ofrece una perspectiva amplia y actualizada de la evolución de la gestión del conocimiento y el papel de las tecnologías digitales en su desarrollo. También proporciona una discusión sobre la gestión del conocimiento digital y su importancia en el entorno empresarial actual.

2.1.2. A nivel nacional

Barrantes y Quispe (2018), en su tesis titulada *“Competencias digitales para la gestión del conocimiento en el ámbito empresarial”*, publicada en Actas del IX Congreso Internacional de Investigación y Desarrollo de la Universidad de San Martín de Porres. El artículo discute la importancia de las competencias digitales para la gestión efectiva del conocimiento en las empresas. Los autores argumentan que en la actualidad, el uso de las tecnologías digitales es esencial para la gestión del conocimiento y que, por lo tanto, es necesario que los empleados posean competencias digitales para poder participar activamente en este proceso. Los autores identifican las competencias digitales necesarias para la gestión del conocimiento en el ámbito empresarial, que incluyen la capacidad de buscar y seleccionar información, el uso efectivo de las tecnologías de la información y la comunicación, la capacidad de trabajar en equipo virtual, la capacidad de adaptarse a nuevas tecnologías y la capacidad de crear y compartir conocimiento de manera efectiva. Además, los autores sugieren la importancia de la capacitación y el desarrollo de competencias digitales en las empresas, y destacan la necesidad de una cultura organizacional que fomente la colaboración y el intercambio de conocimientos. En resumen, el artículo proporciona una visión general de las competencias digitales necesarias para la gestión del conocimiento en el ámbito empresarial y destaca la importancia de la capacitación y el desarrollo de competencias digitales para fomentar una cultura organizacional de colaboración y conocimiento compartido.

Pasapera (2021), en su tesis titulada *“Gestión del conocimiento y competencias digitales docentes del colegio Alfonso Ugarte y docentes de los CEBA – Lima, 2020”*, publicado en la Universidad Científica del Sur. El

propósito de la investigación propuesta fue establecer la conexión entre la gestión del conocimiento y las habilidades digitales de los docentes en el colegio Alfonso Ugarte y los docentes de los CEBA-Lima 2020. Esta investigación tuvo un enfoque aplicado, utilizando un diseño descriptivo correlacional, no experimental y transversal. La población objetivo consistió en 80 docentes, y se utilizó una encuesta como técnica de recolección de datos, empleando un cuestionario como instrumento. El coeficiente alfa de Cronbach para la variable de Gestión del Conocimiento (G.C.) fue de 0.986, mientras que para la variable de Competencia Digital fue de 0.987. La validez del instrumento se estableció a través del juicio de expertos. Los resultados estadísticos de correlación utilizando el estadístico Rho de Spearman mostraron que, para la hipótesis general, el coeficiente r fue de 0.525, con un valor de p (bilateral) de 0.000, siendo inferior a 0.05. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la existencia de una relación entre las variables. En conclusión, se encontró una relación significativa entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales de los docentes del colegio Alfonso Ugarte y los docentes de los CEBA - Lima 2020.

González (2022), en su tesis titulada *“Gestión del conocimiento y competencias laborales en los colaboradores del restaurante El Parque Donofrio, Miraflores - 2020”*, presentado en la Universidad Autónoma del Perú. El objetivo la presente tesis buscó determinar la relación entre las variables gestión del conocimiento y las competencias laborales en el restaurante El Parque Donofrio. La realizó una investigación de tipo aplicada, de nivel correlacional, diseño no experimental. La población y muestra se conformó por 18 trabajadores del restaurante. El instrumento utilizado para medir ambas variables fue el cuestionario, realizado de manera virtual, el cual estuvo conformado por 40 y 33 ítems respectivamente. Ambos instrumentos pasaron por validación de juicio de expertos. Los resultados obtenidos demostraron que los instrumentos son fidedignos, ya que el estadístico alfa de Cronbach arrojó un resultado de 0.960 para el instrumento de gestión del conocimiento y 0.959 para el instrumento de competencias laborales. Asimismo, se encontró que los

resultados adquiridos en la investigación son satisfactorios al descubrir una relación positiva y directa entre ambas variables de estudio. Del mismo modo, se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman con un resultado de 0,599, con un nivel de significancia de 0,029. Se concluye que existe una relación positiva moderada entre las variables; por lo cual, se recomienda implementar el modelo de la espiral del conocimiento.

2.1.3. A nivel local

Valladolid (2021), en su tesis de maestría titulada *“Gestión del conocimiento y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Morropón – Piura”*, publicado en la Universidad Cesar Vallejo, Piura – Perú. El objetivo principal de esta investigación es analizar la relación entre la gestión del conocimiento y la calidad del servicio en la municipalidad provincial Morropón Piura. Este estudio se clasifica como un trabajo básico y sigue un diseño no experimental correlacional. Se seleccionó un grupo representativo de estudio compuesto por 222 colaboradores, a quienes se les administró un cuestionario compuesto por 33 preguntas. La validez del cuestionario se determinó mediante el juicio de expertos, y la confiabilidad se evaluó utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, que obtuvo un valor de aproximadamente 0,845, lo que indica un alto nivel de confiabilidad. Los resultados obtenidos implican una serie de análisis de las variables, dimensiones e indicadores que reflejan el nivel de relación existente. Después de realizar el procedimiento correspondiente, se llevó a cabo el análisis, interpretación y discusión de los resultados. Como conclusión, se determinó la necesidad de fortalecer el nivel de gestión del conocimiento y mejorar la calidad del servicio proporcionado por los trabajadores de la Municipalidad provincial Morropón Piura.

More (2022), en su tesis titulado *“Competencias digitales en el personal administrativo de la Unidad de Gestión Educativa Local Sullana – Piura, 2021”*, presentado en la Universidad Nacional de Piura. Este estudio se llevó a cabo en la Unidad de Gestión Educativa Local Sullana - Piura y se basó en un diseño no experimental, descriptivo y de corte transversal para la recopilación de información. El objetivo principal fue evaluar el nivel de competencias digitales del personal administrativo de la Unidad de Gestión

Educativa Local Sullana - Piura, Los objetivos específicos de este estudio fueron los siguientes: en primer lugar, identificar el nivel de competencias digitales en cada una de las dimensiones del personal administrativo de la Unidad de Gestión Educativa Local Sullana - Piura. En segundo lugar, determinar las dimensiones de las competencias digitales que requieren mayor atención por parte de la Unidad de Gestión Educativa Local Sullana - Piura. La investigación aplicó un cuestionario basado en los estudios de Baño et al. (2016), el cual está compuesta por cinco dimensiones: la información y alfabetización de datos, comunicación y colaboración, creación de contenido digital, seguridad y resolución de problemas. Los resultados reportaron que el nivel de competencias digitales que presenta el personal administrativo de la Unidad de Gestión Educativa Local Sullana - Piura, es regular con 2.99 puntos. Asimismo, las dimensiones que necesitan mayor atención son: la información y alfabetización de datos, la creación de contenido digital, seguridad y resolución de problemas.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Gestión del conocimiento

- Definición

De acuerdo con Pasapera (2021), la gestión del conocimiento se puede definir como la habilidad que posee una organización para generar nuevos conocimientos, difundirlos en todos los niveles de la organización y posteriormente integrarlos en productos, servicios y sistemas. El autor afirma que la gestión del conocimiento integra un conjunto complejo de actividades, desde la creación o recopilación de conocimiento, su estructuración, transformación y transferencia, hasta su almacenamiento e integración en todos los procesos de una organización. Desde esta perspectiva, el conocimiento se puede clasificar en dos categorías principales: conocimiento tácito y conocimiento explícito. El conocimiento tácito, también conocido como conocimiento implícito, es aquel que resulta difícil de expresar y definir, complicado de formalizar y difícil de comunicar. Este tipo de conocimiento es de carácter personal y se forma a través de la experiencia laboral, las vivencias y otros factores relacionados. El conocimiento explícito se caracteriza por ser formal y sistemático, y se

encuentra codificado para facilitar la comunicación y el intercambio. Ejemplos de este tipo de conocimiento incluyen los manuales de la empresa, entre otros. Al considerar estos dos tipos de conocimiento, se puede concluir que la gestión del conocimiento organizacional se centra en cómo difundir el conocimiento individual a otras partes de la organización. Este conocimiento compartido genera nuevos conocimientos tanto a nivel individual como colectivo, lo que da lugar a lo que se conoce como la "espiral del conocimiento". (Paspera, 2021), que intenta explicar el proceso por el cual ciertos tipos de conocimiento se transforman en otros tipos a través de ciertas etapas:

- ❖ Socialización (tácito a tácito): resulta de la interacción y el intercambio de experiencias entre personas, y el conocimiento tácito se puede adquirir a través de la observación, la imitación y la práctica sin el uso del lenguaje.
- ❖ Internalización, (explícito a implícito): autoabsorción del conocimiento explícito aprendiendo y poniéndolo en práctica, conocido como aprender en el trabajo o aprender haciendo, (learning by doing).
- ❖ Externalización, (de tácito a explícito): Es el intercambio de conocimiento interno, es un intento de expresar y formalizar ese conocimiento. El conocimiento tácito se expresa en forma de conceptos explícitos, generalmente a través del lenguaje u otras formas. Las necesidades voluntarias de las asignaturas de difusión del conocimiento son muy importantes.
- ❖ Integración, (explícito-a-explícito): El intercambio, la asociación y la estructuración de conocimiento explícito proveniente de diversas fuentes contribuyen a la generación de nuevo conocimiento similar, lo que a su vez facilita la internalización de nuevos conocimientos.

Estos procesos de socialización, internalización, externalización e integración están estrechamente interrelacionados y resulta difícil separarlos, dado que en la práctica pueden ocurrir de manera simultánea. Las transformaciones resultantes de la interacción con el conocimiento son extremadamente complejas, lo que hace necesario formular acciones que permitan a las personas interactuar con herramientas y otras personas,

dado que no es posible interactuar directamente con el conocimiento, (Paspera, 2021).

Según la definición de Tari y García (2009), la gestión del conocimiento se refiere a un proceso dinámico que involucra la creación, almacenamiento y utilización del conocimiento con el fin de mejorar los resultados de una organización. Tomando en cuenta esta perspectiva, la gestión del conocimiento implica un proceso de cambio constante que busca optimizar los procesos y, como consecuencia, beneficia a la organización en su conjunto.

Por otro lado, según Bates (2001, citado en Barrantes y Quispe, 2018), la gestión del conocimiento se considera una disciplina que ha surgido a partir de la economía, ya que las organizaciones buscan optimizar sus procesos con el objetivo de mejorar sus capacidades. En este sentido, asumen actividades de gestión desde esta perspectiva económica. Es importante que las organizaciones entiendan que la mayoría de los activos intangibles están relacionados con procesos que de alguna manera están relacionados con el conocimiento.

Los autores destacan en su enfoque de Gestión del Conocimiento la promoción y gestión de actividades relacionadas con la creación, adquisición, transformación y utilización del conocimiento. El objetivo principal es planificar, implementar y administrar actividades y proyectos que estén vinculados a este concepto. Este conocimiento útil es necesario para administrar adecuadamente el capital intelectual, la eficiencia organizacional y la competitividad.

- Modelos de gestión del conocimiento

Hoy en día, diferentes autores han logrado crear métodos de gestión del conocimiento en las organizaciones, cada uno con sus propias fases y definiciones, permitiendo a la organización adaptar el modelo que más le convenga según su estructura y personas. En esta sección solo se presenta algunos de estos modelos de gestión del conocimiento.

❖ Modelo de Wiig (1993)

El modelo de gestión del conocimiento de Wiig (Avendaño, 2016), se centra en el principio de que, para que el conocimiento sea útil y valioso, debe estar organizado. Este conocimiento debe clasificarse de manera que pueda ser utilizado. Además, las organizaciones emplean diferentes estrategias para gestionar el conocimiento. Según los autores, deben basarse en 5 procesos básicos: crear, adquirir, actualizar, compartir y utilizar el conocimiento en todas las actividades. El modelo de Wiig visualiza el conocimiento y su gestión a través de predicciones en toda la organización, más que cualquier aprendizaje formal, claramente documentado, derivado del contexto organizacional. El uso de las TIC se destaca en el proceso de distribución del conocimiento, pero no en otros procesos, como en el proceso de adquisición.

❖ Modelo de integración de tecnología de Kerschberg

Un modelo ejemplar de integración tecnológica es el presentado por Larry Kerschberg (Valladolid, 2021), el cual reconoce la diversidad de las fuentes de conocimiento y construye distintos componentes que se integran en lo que los autores denominan capas. El modelo propone la implementación de una arquitectura mejorada que englobe diversas tecnologías diseñadas para respaldar el proceso de gestión del conocimiento. Una característica destacada de este modelo es la presentación de los resultados del proceso de gestión del conocimiento a través de un portal. Esto es relevante, ya que es uno de los primeros modelos en considerar el uso de portales como puntos de interacción entre los usuarios y los resultados de la gestión del conocimiento, reconociendo la necesidad de que distintas fuentes de información interactúen entre sí.

❖ Modelo de gestión tecnológica del conocimiento de Paniagua y López

Según lo mencionado por Paniagua y López (Valladolid, 2021), el modelo de gestión del conocimiento técnico es una combinación y ampliación de los modelos de procesos de conocimiento de Holsapple y Joshi, y el modelo de tres niveles de Nonaka. Este modelo se encuentra alineado con la dirección estratégica de la organización y su configuración. El modelo de gestión del conocimiento técnico está

compuesto por recursos, actividades de transformación y factores influyentes. Su objetivo principal es gestionar de manera efectiva el conocimiento dentro de una organización, con el fin de obtener una ventaja competitiva y garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Para ello, el primer paso que se debe realizar para llevar a cabo un proyecto de gestión del conocimiento técnico es una auditoría del conocimiento en la organización.

- ❖ Modelo integrado situacional de gestión del conocimiento

El Modelo de Síntesis de Escenarios (IS), propuesto por Manuel Riesco propone una dimensión genérica o global denominada síntesis. Posee en cuenta factores sociales como la sociedad en red, el entorno empresarial y de mercado, la política, la economía y el derecho. En su estructura, las personas y la tecnología están inherentemente integradas, ambas son esenciales en los proyectos de gestión del conocimiento. El modelo se caracteriza por adaptar sus componentes y arquitectura al entorno específico de cada organización y alinear los roles de las personas y la tecnología en el proceso de gestión del conocimiento.

- Beneficios de la gestión del conocimiento

A nivel organizacional, la gestión del conocimiento brinda dos beneficios principales: mejora del desempeño organizacional a través de buenas prácticas en producción, calidad e innovación, y mejora de la productividad a través de un mayor acceso al conocimiento de los empleados, (García, 2019).

Algunos de los beneficios que genera la gestión del conocimiento en una organización son los siguientes:

- ❖ Generar transparencia en las prácticas y procesos de la organización.
- ❖ Úselo para identificar el potencial intelectual y el fracaso.
- ❖ Mejorar la motivación de los empleados.
- ❖ Mejorar la competitividad de la organización.
- ❖ Garantice la seguridad a largo plazo de su organización.

- Dimensiones de la gestión del conocimiento

- ❖ Cultura organizacional

El libro "Comunicación y cultura organizacional en las empresas chinas y japonesas" de Gámez (2017), resalta que la cultura organizacional es una perspectiva que brinda a la gerencia la posibilidad de comprender y mejorar las organizaciones. Se enfatiza que la cultura es un sistema dinámico dentro de una organización, lo que implica que los valores pueden modificarse como resultado del aprendizaje continuo. Asimismo, Iacob et al. (2020), quienes definen la cultura como una forma de pensar y hacer las cosas propias de la empresa.

Por su parte Barrantes y Quispe (2018), definen la cultura organizacional como algo que es compartido por la mayoría o todos los miembros de un grupo social, cuyas interacciones dentro de una empresa están influenciadas por valores, creencias, actitudes y comportamientos.

Finalmente, Chiavenato (2017), la cultura organizacional puede ser definida como una forma de vida dentro de una organización, un sistema compuesto por creencias y valores arraigados, una manera reconocida de interactuar y las relaciones características que existen en dicha organización.

- ❖ Comunicación interna

Según Bustínduy (2010), la comunicación interna es una estrategia empresarial que está expuesta a situaciones que representan un cambio significativo. Por su parte, Chiavenato (2017), afirma que la comunicación interna es un recurso de la gestión para el logro de los objetivos de la empresa, un medio y una herramienta para el desarrollo de nuevas habilidades.

- ❖ Desarrollo de competencias

En el contexto de la gestión del conocimiento en las empresas, el desarrollo de competencias se refiere al proceso de fomentar y fortalecer las habilidades, conocimientos y capacidades de los empleados para crear, compartir y aplicar el conocimiento de manera efectiva dentro de la organización, (Rabago, 2010).

La gestión del conocimiento se centra en identificar, capturar, organizar y utilizar el conocimiento existente dentro de la empresa, así como en promover un entorno propicio para la creación de nuevo conocimiento. El desarrollo de competencias desempeña un papel fundamental en este proceso, dado que se trata de capacitar a los empleados en las habilidades y conocimientos necesarios para participar de manera activa en la gestión del conocimiento, (Alavi & Leidner, 2017).

El desarrollo de competencias implica identificar las necesidades de capacitación y formación de los empleados en función de los requisitos del puesto y los objetivos estratégicos de la organización. Esto puede implicar la implementación de programas de capacitación, cursos, talleres, mentorías u otras actividades de aprendizaje diseñadas para mejorar las competencias específicas requeridas para un desempeño óptimo, (Capuano, 2019).

La dimensión "Desarrollo de Competencias" en la mejora de la Gestión del Conocimiento se define como el proceso de fortalecer y mejorar las habilidades, conocimientos y capacidades de los empleados en tres indicadores clave. El primero de ellos es la puntualidad, que se refiere a la capacidad de los empleados para cumplir con los horarios y plazos establecidos. La puntualidad demuestra su compromiso y responsabilidad hacia el desarrollo de competencias y la gestión del conocimiento. Un empleado puntual es consciente de la importancia del tiempo y cumple con los compromisos temporales, lo que contribuye a un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles (Capuano, 2019).

El segundo indicador es la capacitación, que implica la disposición de los empleados para adquirir nuevos conocimientos y habilidades a través de programas de formación y desarrollo. La participación en cursos, talleres, mentorías u otras actividades de aprendizaje permite fortalecer las competencias necesarias para la gestión del conocimiento. Al estar actualizados con las últimas tendencias y enfoques, los empleados pueden aplicar herramientas y prácticas más efectivas en sus tareas diarias, mejorando así la eficiencia y calidad de la gestión del conocimiento, (Capuano, 2019).

Finalmente, el tercer indicador es el desempeño, que evalúa la aplicación efectiva de las competencias desarrolladas en el trabajo. Un alto desempeño implica utilizar los conocimientos y habilidades adquiridos de manera eficiente y efectiva en la gestión del conocimiento. Los empleados demuestran su capacidad para resolver problemas, tomar decisiones fundamentadas y contribuir al logro de los objetivos organizacionales. El desempeño se mide en términos de resultados tangibles, como la generación de ideas innovadoras, la mejora de los procesos y la optimización de la utilización de recursos. Un equipo con un buen desempeño en la gestión del conocimiento se convierte en un activo valioso para la organización, impulsando su competitividad y éxito a largo plazo, (Capuano, 2019).

❖ Planificación

Según Pasapera (2021), la planificación se define como mirar hacia el futuro y buscar formas de alcanzar las expectativas en los posibles cambios.

Mientras que Alcantara (2019), la planificación se define a través de tres niveles, en su concepto de gran planificación, se refiere al valor agregado de una organización, a los clientes externos y Socialmente beneficioso, considerando todo que una organización usa, hace, produce y entrega.

2.2.2. Competencias digitales

- Definición

Para Rangel y Peñalosa (2013), el significado de alfabetización digital, entendida como constructo, se ciñe escuetamente a procesos cognitivos que permiten la adquisición de ciertas capacidades para el empleo de las TICs y el manejo de la información, aunque para ser precisos asumen que dichos procesos son el producto de un entrenamiento en el manejo de recursos basados en tecnologías del mundo informático.

Durán et al. (2016), asume un esquema algo diferente en relación a las competencias digitales al fundar que este aspecto es un derecho, cuyo espectro sobrepasa los límites clásicos de la formación técnica que, para redondear la idea, también deben de ser asumidos los parámetros de la

gestión del conocimiento tales como mecanismos de gestión de la información y entre otras cosas más se perfila hacia un enfoque más humanista al afirmar que también se requiere de cualidades como colaboración, responsabilidad, ética, entre otros. A manera de resumen de la investigación realizada los autores señalados líneas arriba, muestran el siguiente panorama con relación a las competencias digitales las que a su entender comprenden diversos componentes, tales como: tecnológico, comunicativo, usos de la información y alfabetización multimedia.

Según Ocaña et al. (2019) y Durán et al. (2016), las competencias digitales deben ser entendidas bajo una visión holística que abarca saberes y capacidades de carácter tecnológico las que deben ser gestadas en primer orden a nivel de la educación superior y que, además, deben tener como sustento una red de elevada complejidad en la alfabetización tecnológica por su carácter funcional. Dicho aspecto ha sido ya puntualizado por Rangel y Peñalosa (2013), quienes ya afirman denodadamente que para el contexto actual se requiere de nuevas competencias, habilidades y actitudes y la forma que guarda consecuencia con tal planteamiento se encuentra ligada a la implementación de un novedoso proceso de alfabetización digital.

- Características de las competencias digitales

De acuerdo con Melchorita (2018), esta habilidad implica tener un amplio conocimiento y el dominio de habilidades de comportamiento que les permitirán utilizar de manera apropiada los recursos digitales.

Para el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte - MECD (2017), muestra que una de las características de las personas con esta competencia es la habilidad clave que poseen al momento de utilizarla, es decir, significa más que saber utilizar los recursos digitales, sino también saber cómo utilizarlo, y lo más importante, si se le da un uso adecuado.

Según Guizado et al. (2019), el Ministerio de Educación de España destaca que una característica esencial de esta competencia es que el individuo utiliza las tecnologías de la información y comunicación (TIC) de manera

efectiva para alcanzar todos los objetivos planteados sin encontrarse con dificultades o contratiempos.

Valdivia (2020) agrega que otra característica de las personas competentes es que pueden desenvolverse en entornos complejos que van desde los más simples hasta los más complejos.

Por otro lado, García (2017), señala que otra característica es la manifestación de la autonomía, dado que no se puede hablar de competencia digital sin inferir si sus acciones desarrolladas a través de las TIC son correctas o incorrectas.

- La transformación digital y las competencias digitales

Klaus Schwab, profesor, fundador y director ejecutivo del Foro Económico Mundial, hizo una descripción de las revoluciones industriales anteriores, las cuales se caracterizaron por su papel en el avance tecnológico y su impacto en la economía. Schwab señala que las nuevas tecnologías tienen un enorme potencial para conectar a miles de millones de personas a través de Internet y mejorar la eficiencia de las empresas y organizaciones en la preservación del medio ambiente mediante una gestión más efectiva de los recursos, (Levano et al., 2019).

Los progresos en la digitalización y los avances en la ingeniería y el conocimiento del software han posibilitado la automatización de tareas de creciente complejidad. Para llevar a cabo dicha automatización, se requiere un nivel de conocimiento más elevado en el área específica a tratar. Es importante señalar que las tareas sistémicas son más fáciles de automatizar, aunque resolverlas requiere habilidades cognitivas especiales, (Barro, 2019).

Según Curbelo (2019), la convergencia de la economía digital está teniendo un impacto en la productividad relativa de las empresas y regiones. Tanto las empresas como las administraciones públicas deben reconsiderar de manera estratégica su ventaja competitiva dinámica, (Melchorita, 2018).

- ❖ Las empresas tienen que realizar

- La gestión de información y datos es una ventaja competitiva. Será necesario desarrollar una estrategia para implementar la

transformación digital, lo que requerirá reflexionar sobre todos los impactos que puede tener e identificar prioridades para implementar estas transformaciones a lo largo del tiempo. Se debe desarrollar una hoja de ruta para la implementación de la estrategia anterior, donde se seleccionarán las carteras de productos, se realinearán las inversiones de recursos en nuevos proyectos y las personas ejecutarán proyectos y desarrollarán una combinación de aplicaciones o procesos para desarrollar nuevos modelos comerciales rentables. Se entiende la demanda, segmentar las ofertas gradualmente y los consumidores tienden a comparar soluciones y costos de redes sociales. Mejorar la conectividad interna a través de procesos internos (ingeniería, producción, servicio postventa, etc.), que serán una cuidadosa comunicación entre los equipos de capital humano. Considere plataformas como Amazon, Alibaba, etc. Ingresar a los mercados globales buscando ahorrar costos de desarrollo para nuevas plataformas privadas de menor escala. Reconsiderar las cadenas de subcontratación ante las nuevas demandas que cada vez más se pueden enfrentar con una mayor eficiencia operativa y económica. Deben adaptarse a la innovación resultante, permitiendo que los sistemas internos funcionen e hipoteticen posibles soluciones. Con todo esto, la calidad se definirá como un mejor producto o servicio que cumpla con las expectativas y especificaciones de un potencial solicitante. Valorará la naturaleza estratégica del trabajo relacionado con la tecnología, los involucrará en proyectos de transformación, responderá sus preguntas sobre los proyectos como el futuro del trabajo, habilitará la actualización tecnológica a través de la capacitación, facilitará su participación en la entrega de soluciones e innovación en los procesos, desarrollará el compromiso y el liderazgo transformacional y un modelo no contradictorio de relaciones laborales. Colaborarán con otras empresas para participar en la construcción de un ecosistema vibrante, buscando una asociación clúster para resolver desafíos comunes, (Curbelo, 2019).

- ❖ La administraciones públicas deben realizar

Garantizar asignaciones presupuestarias y precios públicos de infraestructura digital y de conectividad para aumentar la competitividad, generar estabilidad institucional y asegurar equilibrios macroeconómicos compatibles con una economía abierta. Se deben sentar las bases del futuro desarrollo económico a corto, medio y largo plazo, y el Gobierno central y las Comunidades Autónomas deben suscribir acuerdos reglamentariamente. Facilitarán la integración de un ecosistema dinámico e innovador que proporcionará diferentes valores agregados en respuesta a los cambios en las corporaciones, los sistemas educativos y la cooperación en políticas públicas. Se movilizarán recursos extraordinarios para desarrollar buenas prácticas en el capital humano y acciones de formación adaptativa para adquirir los conocimientos necesarios. Todo ello, reconoce que la transformación trae ventajas para el sector económico y la imagen profesional, y los ajustes financieros extraordinarios para amortiguar el impacto negativo para evitar costes financieros elevados ayudan a consolidar la situación de asistencialismo permanente, (Curbelo, 2019).

Es un conjunto de tecnologías existentes y otras tecnologías futuras. Lo que poseen en común es que Internet genera, analiza, almacena, comparte y utiliza datos, convirtiéndolos en información y decisiones. Ha surgido así una economía en la que la tecnología permite generar, recopilar, almacenar y analizar grandes cantidades de datos. Datos de enorme valor económico y empresarial puesto que permiten la interconexión con sistemas dispares, la gestión automatizada (M2M), entre máquinas para facilitar procesos de negocio como almacén y planificación, e incluso decisiones de lanzamiento de productos. La previsión de la demanda son las características de la demanda de los clientes de un producto antes de que se necesite (Pérez et al, 2019).

- Dimensiones de las competencias digitales

De acuerdo con Cacurri (2018), trabaja en sus investigaciones un grupo de dimensiones importantes que como modelo teórico ha desarrollado.

- ❖ Alfabetización digital

Básicamente se enfoca en el acceso eficiente a la información y su uso bajo responsabilidad ética e innovación. Esta dimensión se muestra cuando las personas alcanzan el nivel esperado de los siguientes indicadores: búsqueda de información basada en el uso correcto de filtros; evaluación y análisis de recursos virtuales; útiles en redes de red; combinación de almacenamiento en la PC como en la nube; integración de varios servicios en línea que difunden información.

❖ Comunicación colaborativa

Esta dimensión destaca la necesidad de mejorar la comunicación, el compromiso y el trabajo colaborativo en un entorno digital. El logro de esta competencia se refleja en dos métricas: la primera se refiere a la claridad de la comunicación, a expresar adecuadamente pensamientos e ideas, a escuchar con eficacia y a utilizar la comunicación para informar, orientar y motivar; la segunda corresponde a la comunicación con los demás, a través de las actividades de equipo, valoran la contribución del individuo al logro de un objetivo común.

❖ Creación de contenido digital

Esta dimensión se relaciona con la creación y edición de nuevos contenidos, su inclusión en diferentes repositorios o fuentes de almacenamiento, y el respeto a los autores y la propiedad intelectual. Esto se evidencia a través de dos indicadores: el primero se refiere al desarrollo de contenidos digitales, la capacidad de las personas para crear materiales digitales en diversos formatos, la publicación de proyectos digitales, la participación de diferentes actores; el segundo indicador es la integración y transformación de contenidos anteriormente digitales, donde se yuxtaponen aportes de diferentes autores para generar espacios que utilizan diferentes recursos digitales.

❖ Resolución de problemas

Resolver problemas técnicos, identificar necesidades técnicas y respuestas. Utilizar la tecnología digital de forma creativa. Identificar brechas en las capacidades digitales.

- ✚ Resolver problemas técnicos: Identificar problemas técnicos y resolverlos (desde resolver problemas simples hasta resolver problemas más complejos), al utilizar dispositivos y entornos digitales.
- ✚ Identificar necesidades y respuestas técnicas: Medir necesidades y utilizar herramientas digitales y posibles respuestas técnicas para identificarlas, evaluarlas, seleccionarlás y responder a ellas. Ajustar y personalizar el entorno digital según las necesidades individuales (por ejemplo, accesibilidad).
- ✚ Uso creativo de la tecnología digital: Innova en tu trabajo y usa la tecnología de acuerdo con tu perfil profesional: Resuelve problemas conceptuales con el apoyo de herramientas digitales.
- ✚ Identifique las brechas de competencia digital: comprenda dónde deben mejorarse o actualizarse las competencias digitales de una persona. Capacidad para apoyar a otros en el desarrollo de competencias digitales. Busque oportunidades de desarrollo personal para mantenerse al día con los desarrollos digitales.

2.3. Marco conceptual

- **Competencias digitales**

Destrezas que fomentan el desarrollo de procesos apoyados por las TIC para construir aprendizajes significativos, (Cotrina, 2020).

- **Gestión del conocimiento**

Tahirí y García (2022), definen la dirección planificada y continua de los procesos y actividades para mejorar el conocimiento y mejorar la competitividad a través del uso óptimo y la creación de recursos de conocimiento individuales y colectivos.

- **Conocimiento**

Es un proceso humano dinámico de justificación de creencias personales en la búsqueda de la verdad, (Pasapera, 2021).

- **Información**

Debe compartir datos significativos y debe incluir acciones de comunicación y persuasión. Dado que la información son datos que han sido seleccionados y

a los que se les ha dado relevancia y propósito, es necesario transformarlos a través del conocimiento, (Sumoy, 2018).

- **Gestión**

Capacidad para implementar recomendaciones, ejecutar acciones y utilizar recursos técnicos, financieros y humanos, (Pérez, 2016).

2.4. Hipótesis

H₀: La gestión del conocimiento no se relaciona positiva ni significativamente con las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

H_i: La gestión del conocimiento se relaciona positiva y significativamente con las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

2.5. Variables

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión del conocimiento	La gestión del conocimiento es el proceso dinámico de creación, almacenamiento, transferencia y, aplicación y uso del conocimiento con el fin de mejorar los resultados en una organización, (Tahiri & García, 2012).	La gestión del conocimiento se refiere al enfoque estratégico en una organización para crear, compartir y aplicar conocimientos. Sus dimensiones incluyen cultura organizacional, comunicación interna, desarrollo de competencias y planificación. Evaluar estas dimensiones permite mejorar la efectividad de la gestión del conocimiento, (Vélasquez, 2018).	Cultura Organizacional	Trabajo en equipo	01 al 08	Ordinal
				Liderazgo		
				Innovación		
				Coordinación		
			Comunicación interna	Accesibilidad de información	09 al 14	
				Reportes		
			Desarrollo de competencias	Puntualidad	15 al 19	
				Capacitación		
				Desempeño		
			Planificación	Logística	20 al 24	
Actualización de los sistemas de información						
Diseño de actividades						
Competencias digitales	Las competencias digitales permiten una alfabetización tecnológica, informacional y comunicativa para el uso adecuado de las tecnologías digitales en áreas de desarrollo profesional, (Estrada et al., 2022).	Las competencias digitales abarcan conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para utilizar tecnologías digitales. Sus dimensiones incluyen alfabetización digital, comunicación colaborativa, creación de contenidos y resolución de problemas. Evaluar estas dimensiones	Alfabetización digital	Busca y encuentra información	25	Ordinal
				Evalúa información encontrada	26	
				Almacena y recupera información	27	
			Comunicación colaborativa	Interactúa con nuevas tecnologías	28	
				Comparte información y contenidos	29	
				Participa en comunidades virtuales	30	
				Colabora en medios digitales	31	
				Conoce la normas de comportamiento en internet	32	

permite desarrollar estrategias de formación para un uso efectivo de la tecnología, (Cardenas, 2019).	Creación de contenidos digitales	Gestiona la identidad digital	33
		Desarrolla contenidos	34
		Integra y reelabora contenidos	35
		Respeto derechos de autor	36
		Programa contenidos	37
	Resolución de problemas	Resuelve problemas técnicos	38
		Identifica necesidades	39
		Usa tecnología con creatividad e innovación	40
		Identifica tecnología digitales de su ámbito	41

Fuente: Elaboración propia

III. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población

De acuerdo con Bernal (2016), la población es una serie de elementos donde es posible realizar un análisis respecto a un determinado estudio, para la presente investigación la población de estudio estuvo comprendido por todos los emprendedores millennials de la ciudad de Piura, 2022. Según Ipsos Perú (2020), están conformados por hombres y mujeres nacidos entre 1980 y 1995, que en la actualidad tendrían entre 27 a 42 años. Según el censo oficial realizado por INEI (2017), el número de los jóvenes de este rango de edad residentes en el distrito de Piura son exactamente 93087 personas. Por otro lado, según SUNAT (2021), en el distrito de Piura existen 190 empresas pertenecientes al rubro gastronómico. Finalmente, la Cámara de Comercio y Producción de Piura (2022), señala que solo el 25% (48) empresas pertenecientes al rubro gastronómico pertenecen o son dirigidas por emprendedores millennials.

3.1.2. Técnicas de muestreo no probabilístico

Según Arias (2012), el muestreo no probabilístico es aquel procedimiento donde se desconoce la probabilidad que poseen los elementos de la población para integrar la muestra. Debido a esto, el cálculo del tamaño y la selección de la muestra se basan en juicios y criterios subjetivos, lo que lleva a desconocer la probabilidad de selección de las unidades de la población en estudio.

3.1.3. Muestreo intencional

Según lo define Arias (2012), el muestreo Intencional, es aquel donde los elementos muestrales son escogidos en base a criterios o juicios preestablecidos por el investigador. Por consiguiente, tanto el tamaño de la muestra como la selección de los elementos que la componen dependen del criterio del investigador, quien decide qué elementos considera que pueden contribuir al estudio en base a su conocimiento y experiencia suficiente sobre el tema. En este caso, se requiere un grupo de emprendedores que cumplan con los criterios de inclusión mencionados a continuación.

- Criterios de inclusión: Hombres y mujeres de 27 a 42 años considerados como generación millennials, que residan en el distrito de Piura y que cuenten con un emprendimiento en el sector gastronómico no menor a 1 año de antigüedad.
- Criterios de exclusión: Personas que estén fuera del sector objeto de estudios en cuanto a edad, antigüedad del emprendimiento o que residan fuera del distrito de Piura.

Por lo tanto, de un total de 48 empresas pertenecientes al sector gastronómico solo 40 de ellas cumplen con los criterios establecidos para ser considerados como muestra de investigación.

3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de investigación

El enfoque utilizado en esta investigación fue el método hipotético deductivo, tal como lo señala Cavero (2015). Este método consiste en descubrir observaciones a partir de hechos generales de una categoría y, posteriormente, realizar inferencias sobre casos particulares basándose en dichos hechos generales.

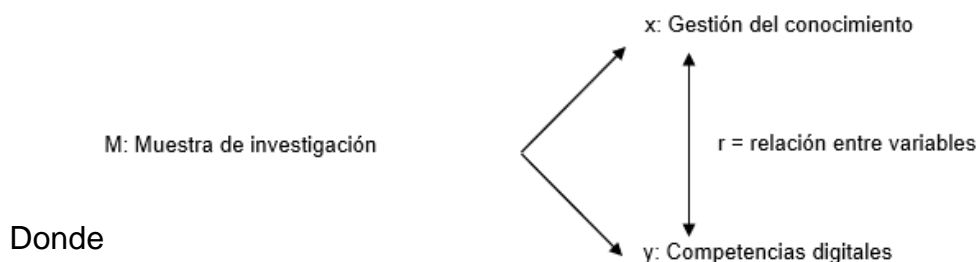
Asimismo, la investigación adoptó un enfoque cuantitativo, según lo expuesto por Merino (2013), el cual busca enriquecer una investigación con variables cualitativas mediante la implementación de técnicas y métodos propios del enfoque cuantitativo, con el fin de respaldar la información obtenida.

Por otra parte, la investigación se enmarcó en un nivel de tipo básico descriptivo correlacional, según lo comunicado por Rengifo (2015). Este tipo de enfoque tiene como objetivo proporcionar una descripción, análisis e interpretación del entorno actual y los procesos o composición de los fenómenos en cuestión.

Además, la investigación se clasificó como correlacional, tal como lo señalan Castañeda y Osorio (2016). Este tipo de investigación implica el análisis de la relación entre dos variables. Para llevar a cabo este análisis, el investigador evalúa las variables seleccionadas en una muestra y utiliza técnicas estadísticas correlacionales para determinar la relación entre ellas.

Por último, la investigación se enmarcó en un diseño no experimental de corte transversal, según lo mencionado por Caldas (2017). En este tipo de investigación no experimental, no es factible asignar aleatoriamente a los participantes. Además, no se presentan situaciones o estímulos específicos que sean exhibidos ante los sujetos del estudio.

El esquema lógico de lo mencionado anteriormente es el siguiente:



Donde

M : Muestra

x : Variable uno – Gestión del conocimiento

y : Variable dos – Competencias digitales

r : Relación entre variables

3.2.2. Técnicas e instrumentos de investigación

- Técnicas de investigación

Encuesta: Esta herramienta es la más utilizada en la investigación de ciencias sociales, dado que utiliza los cuestionarios como medio principal para recolectar la información. De esta manera, las encuestas pueden realizarse para que el sujeto encuestado plasme por sí mismo las respuestas en papel.

- Instrumentos de investigación

Cuestionario: Instrumento de investigación que se dirigió al millennial emprendedor en el rubro gastronómico, con preguntas cerradas que permitieron analizar como las competencias digitales permiten la gestión del conocimiento en el emprendimiento gastronómico, estos instrumentos se encuentran en los anexos 01 y 02.

3.2.3. Validez y confiabilidad del instrumento

- Validez del instrumento

La validez del instrumento, de acuerdo con Soria (2011), a través de esta se logra demostrar que el medio empleado sirve para medir lo que se

necesita medir. Asimismo, Steffen (2013), manifiesta que todo instrumento utilizado en investigaciones anteriores cuentan con la validez suficiente para utilizados en futuras investigaciones. Por ende, el instrumento que se usó en la presente investigación fue el utilizado por Velásquez (2018), para la variable *gestión del conocimiento* y el de Cárdenas (2019), para la variable *competencias digitales*.

- **Confiabilidad del instrumento**

Según Garnika (2015), la confiabilidad de un instrumento de medición es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes.

Tabla 2. Estadístico de confiabilidad del instrumento

Variable	Alfa de Cronbach	Nº de elementos
Gestión del conocimiento	,903	24
Competencias digitales	,845	17

Fuente: Datos obtenidos en SPSS v.23

Para establecer la confiabilidad del cuestionario, se utilizó la prueba estadística de confiabilidad alfa de Cronbach. Los resultados indican que la confiabilidad es alta con ($\alpha=0,903$ y $\alpha=0,845$); esto quiere decir que los cuestionarios son confiables.

3.2.4. Procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron recolectados aplicando cuestionarios elaborados en base a los objetivos propuestos y fueron procesados empleando el programa estadístico SPSS v.23, previa elaboración de la base de datos en el programa Excel. Los resultados son presentados en tablas que corresponden a las categorías de las variables.

Para determinar si la gestión del conocimiento se relacionan con las competencias digitales se debe conoció en primer lugar si la muestra presenta o no una distribución normal, para esto se usó la prueba de normalidad Shapiro-Wilk dado que los individuos que forman parte de la muestra son menores a 50 individuos, la prueba de Shapiro-Wilk mostraron que los datos presentan un distribución no paramétrica, por lo tanto se usó la prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman, considerándose

como regla de decisión, si $p < 0.05$ la relación entre las variables es significativa, contrastándose así la hipótesis formulada.

Para establecer el grado de relación entre las variables se empleó la escala de correlación de Rho de Spearman el cual se detalla La tabla 15.

IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

Teniendo en cuenta los resultados de la gestión del conocimiento en el desarrollo de competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials piuranos en el 2022, se presentan los siguientes resultados.

- Resultados de la estadística descriptiva de las variables de estudios

Resultados descriptivos de la variable *Gestión de conocimientos*

Objetivo específico uno: Establecer el nivel de gestión del conocimiento en el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

Tabla 3. Variable Gestión del conocimiento

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Eficiente	[92 – 114]	21	52.5	52.5
Regular	[69 – 91]	14	35.0	87.5
Deficiente	[46 – 68]	05	12.5	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla 03 muestra los resultados obtenidos de la variable de gestión del conocimiento, los cuales indican que el 52.5% posee una gestión eficiente, el 35.0% posee una gestión regular y el 12.5% una gestión deficiente. La gestión del conocimiento lleva a cabo diversas transformaciones en el ámbito gastronómico, con resultados notorios para la sociedad, como el aprendizaje significativo y duradero. La gestión del conocimiento es importante en las empresas porque permite potenciar el trabajo en equipo, la innovación y la búsqueda de soluciones creativas y colectivas. Además, reduce el tiempo de aprendizaje y facilita la toma de decisiones al proveer a los emprendedores de información precisa y completa que necesitan de sus clientes, productos o servicios, la industria, etc., para plantear estrategias que mejoren los resultados a futuro.

Resultados descriptivos de la dimensión *Cultura organizacional*

Tabla 4. Dimensión *Cultura organizacional*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Eficiente	[33 – 39]	21	52.5	52.5
Regular	[24 – 32]	14	35.0	87.5
Deficiente	[15 – 23]	05	12.5	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla 04 muestra los resultados obtenidos de la dimensión *Cultura organizacional*, los cuales indican que el 52.5% posee una cultura eficiente, el 35.0% posee una cultura regular y el 12.5% una cultura deficiente. La cultura organizacional es un factor clave para el éxito del emprendimiento. Esta contribuye al desarrollo de una cultura de compartición de conocimientos, una mejor comunicación, una mejor colaboración entre los empleados y una mejor toma de decisiones. Esto ayuda a los empleados a comprender mejor el negocio, a desarrollar mejores ideas y a mejorar la eficiencia. La cultura organizacional contribuye a la gestión del conocimiento, ayudando a los empleados a compartir y obtener información útil para desarrollar sus habilidades y conocimientos. Esto mejora su productividad y contribuye al crecimiento y desarrollo del emprendimiento.

Resultados descriptivos de la dimensión *Comunicación interna*

Tabla 5. Dimensión *Comunicación interna*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Eficiente	[24 – 29]	21	52.5	52.5
Regular	[17 – 23]	14	35.0	87.5
Deficiente	[10 – 16]	05	12.5	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla 05 muestra los resultados obtenidos de la dimensión *Comunicación interna*, los cuales indican que el 52.5% posee una comunicación eficiente, el 35.0% posee una comunicación regular y el 12.5% una comunicación deficiente. La comunicación interna es esencial para la gestión del

conocimiento y el emprendimiento. Ayuda a crear un entorno de trabajo colaborativo y a construir redes que permitan el intercambio de recursos, información y habilidades entre empleados. Esto facilita que los empleados compartan sus ideas, descubran nuevas formas de hacer las cosas y aumenten el nivel de colaboración para mejorar el rendimiento de la empresa. Esto debe ser reforzado por una cultura de retroalimentación constante, donde los empleados sientan que se les escucha y que sus opiniones importan. También ayuda a construir una cultura de trabajo en equipo, donde se establecen objetivos comunes y se fomenta la innovación, lo que ayudan a impulsar el emprendimiento.

Resultados descriptivos de la dimensión *Desarrollo de competencias*

Tabla 6. Dimensión *Desarrollo de competencias*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Eficiente	[21 – 25]	20	50.0	50.0
Regular	[15 – 20]	15	37.5	87.5
Deficiente	[09 – 14]	05	12.5	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla 06 muestra los resultados obtenidos de la dimensión *Desarrollo de competencias*, los cuales indican que el 50.0% posee un desarrollo eficiente, el 37.5% posee un desarrollo regular y el 12.5% un desarrollo deficiente. El desarrollo de competencias en la gestión del conocimiento ayuda a los emprendedores a descubrir nuevas oportunidades de negocio, a explorar nuevas áreas y a desarrollar habilidades específicas. Además, el desarrollo de competencias en la gestión del conocimiento ayuda a los emprendedores a aprovechar al máximo sus recursos y a identificar estrategias innovadoras para acelerar el crecimiento de su negocio. Por último, el desarrollo de competencias en la gestión del conocimiento ayuda a los emprendedores a mejorar la toma de decisiones y a desarrollar un enfoque estratégico para el éxito a largo plazo. Esto se logra mediante el análisis de información estratégica, el desarrollo de una cultura de aprendizaje y la identificación de nuevas oportunidades de negocio. El desarrollo de competencias en la gestión

del conocimiento es una herramienta importante para los emprendedores para mejorar su efectividad y aumentar su éxito.

Resultados descriptivos de la dimensión *Planificación*

Tabla 7. Dimensión *Planificación*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Eficiente	[21 – 24]	20	50.0	50.0
Regular	[15 – 20]	15	37.5	87.5
Deficiente	[09 – 14]	05	12.5	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla 07 muestra los resultados obtenidos de la dimensión *Planificación*, los cuales indican que el 50.0% posee una planificación eficiente, el 37.5% posee una planificación regular y el 12.5% una planificación deficiente. La planificación es una herramienta fundamental para la gestión del conocimiento, dado que ayuda a los emprendedores a definir objetivos a largo plazo y establecer prioridades. Esto les permite construir una estrategia clara para desarrollar y mejorar sus productos y servicios. Además, la planificación ayuda a los emprendedores a identificar y aprovechar las oportunidades de aprendizaje y mejora, al tiempo que les brinda una forma de evaluar el progreso. Por último, la planificación les permite identificar los recursos necesarios para implementar cualquier cambio. En pocas palabras, la planificación ofrece una importante ventaja competitiva a los emprendedores, al permitirles optimizar sus esfuerzos de gestión del conocimiento para mejorar su emprendimiento. Esto les ayuda a satisfacer mejor sus objetivos empresariales y a aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento.

Resultados descriptivos de la variable *Competencias digitales*

Objetivo específico dos: Establecer el nivel de competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

Tabla 8. Variable *Competencias digitales*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Alta	[66 – 81]	19	47.5	47.5
Regular	[49 – 65]	15	37.5	85.0
Baja	[32 – 48]	06	15.0	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación

La tabla 08 muestra los resultados encontrados en la variable de competencias digitales. Estos muestran que el 47.5% de los encuestados poseen un nivel alto de competencias digitales, el 37.5% regular y el 15.0% bajo. Se considera que las competencias digitales son un elemento importante y transversal que todos deberían desarrollar para aprovechar los beneficios y ventajas de la tecnología. El fomento del desarrollo de habilidades tecnológicas contribuye a la participación y al empoderamiento de las personas. Estas herramientas son un medio para la gestión de la información, y requieren cualidades como la cooperación, la responsabilidad y la ética.

Resultados descriptivos de la dimensión *Alfabetización digital*

Tabla 9. Dimensión *Alfabetización digital*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Alta	[13 – 15]	18	45.0	45.0
Regular	[09 – 12]	16	40.0	85.0
Baja	[05 – 08]	06	15.0	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación

La tabla 09 muestra los resultados encontrados en la dimensión alfabetización digital. Estos muestran que el 45.0% de los encuestados poseen un nivel alto de alfabetización digital, el 40.0% regular y el 15.0% bajo. La alfabetización digital desempeña un papel importante en la mejora del emprendimiento. Esta habilidad no solo ayuda a los emprendedores a mejorar su comprensión de

las tecnologías digitales, sino que también les permite desarrollar habilidades esenciales en el ámbito de la competencia digital, como el diseño web, el marketing de contenido, el posicionamiento en buscadores, la gestión de redes sociales y la analítica web. Estas habilidades ayudan a los emprendedores a aprovechar al máximo las herramientas digitales para impulsar el crecimiento de su empresa. La alfabetización digital también ayuda a los emprendedores a comprender mejor el lenguaje de la tecnología para ayudarles a tomar mejores decisiones de negocios. Esta habilidad también se vincula a la capacidad de los emprendedores para comprender cómo se relacionan la tecnología y los negocios, y cómo pueden usar esta comprensión para mejorar la productividad y los resultados. Esto les permite desarrollar planes de negocios eficaces que aprovechan al máximo el propósito de la tecnología para obtener resultados más eficientes y con menos recursos. La alfabetización digital también permite a los emprendedores mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías, lo que les ayuda a anticipar los cambios en el mercado y aprovechar las nuevas oportunidades de negocio.

Resultados descriptivos de la dimensión *Comunicación colaborativa*

Tabla 10. Dimensión *Comunicación colaborativa*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Alta	[24 – 30]	19	47.5	47.5
Regular	[17 – 23]	15	37.5	85.0
Baja	[10 – 16]	06	15.0	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla 10 muestra los resultados encontrados en la dimensión comunicación colaborativa. Estos muestran que el 47.5% de los encuestados poseen un nivel alto de comunicación colaborativa, el 37.5% regular y el 15.0% bajo. La comunicación colaborativa es una herramienta clave para mejorar el emprendimiento. Esto se debe a que la comunicación colaborativa promueve el trabajo en equipo, la innovación y la creatividad. Estas son todas habilidades necesarias para tener éxito en el emprendimiento. También es uno de los pilares fundamentales para la competitividad digital, dado que permite a los equipos compartir ideas, recursos y conocimientos de forma

rápida y eficiente. Además, la comunicación colaborativa contribuye a fomentar el pensamiento crítico y la solución de problemas, lo cual es muy importante para los emprendedores. Finalmente, la comunicación colaborativa ayuda a establecer relaciones profesionales y de negocios, lo cual es fundamental para el éxito de los emprendimientos. Esto se debe a que los equipos conocen mejor a sus socios e inversores, comprenden mejor el mercado y desarrollar mejores estrategias de negocios. También desarrollan relaciones con otros emprendedores y compartir experiencias, lo que ayuda a crear una comunidad de negocios y fomentar el intercambio de ideas y conocimiento. Esto contribuye a un mayor éxito de los emprendimientos.

Resultados descriptivos de la dimensión *Creación de contenidos digitales*

Tabla 11. Dimensión *Creación de contenidos digitales*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Alta	[16 – 19]	21	52.5	52.5
Regular	[11 – 15]	13	32.5	85.0
Baja	[06 – 10]	06	15.0	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla 11 muestra los resultados encontrados en la dimensión creación de contenidos digitales. Estos muestran que el 52.5% de los encuestados poseen un nivel alto de creación de contenidos digitales, el 32.5% regular y el 15.0% bajo. La creación de contenidos digitales ayuda a los emprendedores a mejorar sus competencias digitales de varias maneras. Primero, el contenido digital ayuda a los emprendedores a destacar en la web. Los contenidos de calidad ayudan a los emprendedores a construir una presencia en línea fuerte y a mejorar el posicionamiento de búsqueda. Esto es especialmente importante en el mundo moderno, donde la mayoría de los clientes realizan búsquedas en línea antes de tomar decisiones de compra. Además, la creación de contenidos digitales también ayudan a los emprendedores a construir una base de seguidores y a expandir su alcance. Los contenidos de calidad son compartidos en plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter para generar más interés en el contenido y aumentar la visibilidad de la marca. Esto ayudan a los emprendedores a conectar con su

audiencia y a establecer relaciones con ellos, lo que puede conducir a mayores ventas y un mayor crecimiento.

Resultados descriptivos de la dimensión *Resolución de problemas*

Tabla 12. Dimensión *Resolución de problemas*

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje (%)	% Acumulado
Alta	[17 – 19]	19	47.5	47.5
Regular	[12 – 16]	15	37.5	85.0
Baja	[07 – 11]	06	15.0	100.0
TOTAL		40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla 12 muestra los resultados encontrados en la dimensión resolución de problemas. Estos muestran que el 47.5% de los encuestados poseen un nivel alto de resolución de problemas, el 37.5% regular y el 15.0% bajo. La resolución de problemas es una habilidad clave para el éxito en el mundo digital. Los problemas son una parte natural de cualquier emprendimiento, y las competencias digitales ayudan a mejorar el enfoque y la solución de problemas. Esto incluye la innovación, la gestión del tiempo y el pensamiento crítico. Estas habilidades ayudan a los emprendedores a identificar, desarrollar y llevar a cabo ideas innovadoras. Los emprendedores que poseen una mayor comprensión de la tecnología aprovechan mejor las herramientas digitales para resolver problemas y construir y mejorar sus productos y servicios. Además, el uso de competencias digitales ayudan a acelerar el proceso de toma de decisiones, dado que proporciona una visión más completa y útil de los datos. Los emprendedores utilizan herramientas digitales para analizar datos, identificar tendencias, predecir resultados y ejecutar acciones en consecuencia. Esto les permite tomar decisiones informadas más rápido y optimizar sus operaciones de negocio. Al mismo tiempo, estas competencias ayudan a los emprendedores a crear una ventaja competitiva, dado que les permiten aprovechar al máximo las herramientas digitales y mejorar su productividad.

- Resultados de la estadística inferencial de las variables de estudios

Prueba de normalidad para la distribución de las variables

Tabla 13. Prueba de normalidad Shapiro-Wilk

Variables	Estadístico	gl	Sig.
Gestión del conocimiento	,829	40	,000
Competencias digitales	,840	40	,000

Fuente: Datos obtenidos en SPSS v.23

Interpretación

Según la tabla 13, se puede apreciar que el análisis de normalidad de las variables estudiadas y de acuerdo con el tamaño de la muestra, la prueba de normalidad utilizada en el estudio fue realizado mediante la prueba de Shapiro-Wilk. La tabla muestra la distribución con un valor de significancia menor a 0.05 indicando que esta distribución es no normal, por lo que se concluye que las variables se distribuyen de forma no normal, por lo que se utilizó la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman para comprobar la hipótesis de investigación.

Objetivo específico tres: Determinar la relación entre las dimensiones de la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

Tabla 14. Prueba de correlación Rho de Spearman entre las dimensiones de la gestión del conocimiento y las competencias digitales

		Competencias digitales	
Rho de Spearman	Cultura organizacional	Coefficiente de correlación	,927**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	40
	Comunicación interna	Coefficiente de correlación	,927**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	40
	Desarrollo de competencias	Coefficiente de correlación	,957**
		Sig. (bilateral)	,000
N		40	
Planificación	Coefficiente de correlación	,889**	
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS v.23

La tabla 14 muestra una alta correlación positiva entre las dimensiones de la gestión del conocimiento y las competencias digitales, con valores comprendidos entre 0.80 y 0.96, de acuerdo con el coeficiente de correlación Rho de Spearman. Al asumir una significancia de 0.00 (menor a 0.05), se concluye que existen relaciones significativas. Por ende, se puede afirmar

que, si se lleva a cabo una adecuada gestión del conocimiento, centrada en la cultura organizacional, la comunicación interna, el desarrollo de competencias y la planificación, es posible mejorar las competencias digitales en los emprendimientos de los millennials piuranos en el 2022.

Docimasia de hipótesis

Objetivo general: Determinar la relación entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

Prueba de hipótesis

Hipótesis estadística

H₀: La gestión del conocimiento no se relaciona positiva ni significativamente con las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

H_i: La gestión del conocimiento se relaciona positiva y significativamente con las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022.

Nivel de significancia: 5%: $\alpha = 0.05$

Regla de decisión

- ❖ Si p es mayor que 0.05, se acepta la hipótesis nula.
- ❖ Si p es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 15. Escala de correlación de Rho Spearman

Valor	Significado
-1.00	Correlación negativa grande y perfecta
-0.90 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.70 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.40 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.20 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.20 a 0.39	Correlación positiva baja
0.40 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.70 a 0.89	Correlación positiva alta
0.90 a 0.99	Correlación positiva muy alta

Fuente: Valderrama (2015)

Tabla 16. Prueba de correlación Rho de Spearman

			Gestión del conocimiento	Competencias digitales
Rho de Spearman	Gestión del conocimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,927**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Competencias digitales	Coeficiente de correlación	,927**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Fuente: Datos obtenidos en SPSS v.23

Interpretación

El valor de Rho de Spearman=0.927 (correlación muy alta), y el significado bilateral obtenido es 0.000 valor que es inferior a la región crítica $\alpha=0.05$; en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se concluye que existe una relación directa entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales en los emprendimientos gastronómicos de los millennials Piura año 2022.

4.2. Discusión de resultados

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la relación entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022. Para el logro del objetivo de la investigación se aplicó un cuestionario graduado en la escala de Likert para levantar la información sobre las variables de estudio. Al analizar los resultados obtenidos en las pruebas mostradas de Rho de Spearman y haciendo la validación de las teorías relacionadas, para poder identificar la relación existente entre ambas variables y según lo mostrado La tabla 16, se muestra una correlación Rho de Spearman (0.927), que es significativa, con $p\text{-valor}=0.000 < 0.05$, concluyendo y aceptando la hipótesis alternativa, donde se puede decir que existe una relación significativa muy alta entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales en los emprendimientos gastronómicos de los millennials de Piura año 2022 durante el 2022. Estos resultados concuerdan con lo encontrado por Pasapera (2021), quien en su investigación determinó la existencia de una relación entre la

gestión del conocimiento y las competencias digitales docentes del colegio Alfonso Ugarte y docentes de los CEBA - Lima 2020. Por lo que, la gestión del conocimiento es esencial para mejorar las competencias digitales en los emprendimientos. Esto se debe a que, en un entorno empresarial cada vez más digitalizado, es fundamental contar con un buen manejo de la información y del conocimiento para tomar decisiones estratégicas y operativas. Puesto que, la gestión del conocimiento implica el proceso de crear, compartir, utilizar y gestionar el conocimiento dentro de una organización. En el caso de los emprendimientos, esto puede incluir la capacitación de los empleados en el uso de herramientas y tecnologías digitales, el intercambio de información y conocimiento entre los miembros del equipo, y la creación de una cultura de aprendizaje continuo. Por lo tanto, la gestión del conocimiento es una herramienta clave para mejorar las competencias digitales en los emprendimientos. Al promover un ambiente de aprendizaje continuo y un uso efectivo de las herramientas y tecnologías digitales, los emprendimientos pueden mejorar su eficiencia, innovación y capacidad de adaptación al cambio en el entorno empresarial.

Respecto al objetivo específico uno: Establecer el nivel de gestión del conocimiento en el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022. La tabla 3 muestra los resultados obtenidos de la variable de gestión del conocimiento, los cuales indican que el 52.5% posee una gestión eficiente, el 35.0% posee una gestión regular y el 12.5% una gestión deficiente. Estos resultados son similares a los encontrados por Valladolid (2021), quien encontró en su investigación que el nivel de gestión del conocimiento es eficiente en un 63.2%. La gestión del conocimiento puede llevar a cabo diversas transformaciones en el ámbito gastronómico, con resultados notorios para la sociedad, como el aprendizaje significativo y duradero. La gestión del conocimiento está relacionada con el proceso de transformar y compartir información, lo que permite a los emprendedores mejorar sus acciones mediante la aplicación de estándares y modelos que garanticen la calidad de sus procesos y que generen un impacto significativo en la comunidad.

Respecto al objetivo específico dos: Establecer el nivel de competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año

2022. La tabla 8 muestra los resultados obtenidos de la variable de competencias digitales. Estos muestran que el 47.5% de los encuestados poseen un nivel alto de competencias digitales, el 37.5% regular y el 15.0% bajo. Estos resultados son similares a los encontrados por Mangia y Bianca (2018), quienes encontraron en su investigación que el nivel de competencias digitales fue del 41.3%. Por lo que, las competencias digitales son un elemento importante y transversal que todos deberían desarrollar para aprovechar los beneficios y ventajas de la tecnología. El fomento del desarrollo de habilidades tecnológicas contribuye a la participación y al empoderamiento de las personas. Estas herramientas son un medio para la gestión de la información, y requieren cualidades como la cooperación, la responsabilidad y la ética.

Finalmente, el objetivo específico tres: Determinar la relación entre las dimensiones de la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022. La tabla 14 muestra una muy alta correlación positiva entre las dimensiones de la gestión del conocimiento y las competencias digitales, con valores comprendidos entre 0.80 y 0.96, de acuerdo con el coeficiente de correlación Rho de Spearman. Al asumir una significancia de 0.00 (menor a 0.05), se concluye que existen relaciones significativas. Estos resultados coinciden con el encontrado por Pasapera (2021), quien encontró que las dimensiones de la gestión del conocimiento se relaciona significativamente con el desarrollo de las competencias digitales. Por ende, se puede afirmar que, si se lleva a cabo una adecuada gestión del conocimiento, centrada en la cultura organizacional, la comunicación interna, el desarrollo de competencias y la planificación, es posible mejorar las competencias digitales en los emprendimientos de los millennials piuranos en el 2022.

CONCLUSIONES

- Se determino una correlación positiva y significativa entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales en los emprendimientos gastronómicos de los millennials de Piura año 2022, con un coeficiente de Spearman $Rho=0.927$ y con una sig. bilateral equivalente a <0.000 ($p<0.000$), a un nivel de significancia del 5%.
- Se estableció que el 52.5% de los emprendimientos gastronómicos de los millennials en Piura año 2022 poseen un nivel de gestión del conocimiento eficiente, el 35.0% posee un nivel de gestión del conocimiento regular y el 12.5% un nivel de gestión de conocimiento deficiente.
- Se estableció que el 47.5% de los emprendimientos gastronómicos de los millennials en Piura año 2022 poseen un nivel alto de competencias digitales, el 37.5% regular y el 15.0% bajo.
- Se determinó que la relación entre las dimensiones de la gestión del conocimiento y las competencias digitales para el emprendimiento gastronómico de los millennials Piura año 2022 es positiva y significativa ($p=0.00<0.05$).

RECOMENDACIONES

Para mejorar la gestión del conocimiento y las competencias digitales en los emprendimientos gastronómicos de los millennials de Piura, se recomienda lo siguiente:

- Para mejorar la relación entre la gestión del conocimiento y las competencias digitales en las empresas gastronómicas, es recomendable integrar tecnologías digitales en la gestión del conocimiento, promover la formación en competencias digitales específicas, fomentar la colaboración digital, facilitar el acceso a recursos digitales relevantes y promover una cultura de aprendizaje digital. Estas acciones permitirán una mejor utilización de las herramientas digitales en la gestión del conocimiento y fortalecerán las competencias necesarias para aprovechar al máximo el conocimiento disponible.
- Para aumentar el nivel de gestión del conocimiento en las empresas gastronómicas, es recomendable crear una cultura de aprendizaje, establecer un sistema de captura y almacenamiento de conocimiento, fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos, incentivar el uso de tecnologías colaborativas, implementar programas de mentoría y realizar análisis periódicos. Estas acciones promoverán el aprendizaje continuo, la innovación y la eficiencia operativa en el sector gastronómico.
- Para mejorar los procesos empresariales a través de la utilización de la tecnología, se recomienda comenzar por evaluar las necesidades y objetivos de la organización. Esto implicará realizar un análisis profundo de los procesos existentes y determinar las áreas en las que la tecnología puede generar mejoras significativas. Una vez identificadas estas áreas, es importante investigar y evaluar las soluciones tecnológicas disponibles en el mercado que se ajusten a las necesidades específicas de la empresa. Estas soluciones pueden incluir sistemas de gestión empresarial, herramientas de automatización, software de colaboración y plataformas de análisis de datos.
- Una vez seleccionada la tecnología adecuada, se recomienda priorizar la implementación de acuerdo con los procesos que se beneficiarán más. Esta

priorización debe considerar aspectos como la viabilidad técnica, el impacto en la eficiencia y la importancia estratégica de cada proceso. Además, es fundamental capacitar a los empleados en el uso de la tecnología implementada. Proporcionar sesiones de formación y recursos de aprendizaje adecuados asegurará que los empleados puedan utilizar eficazmente la tecnología y aprovechar al máximo su potencial en los procesos empresariales.

- Finalmente, para garantizar una adopción exitosa, se recomienda fomentar la colaboración y comunicar claramente los beneficios de la tecnología a los empleados. Crear un ambiente de apoyo y establecer incentivos o reconocimientos puede motivar a los empleados a utilizar y aprovechar la tecnología en sus tareas diarias. Además, es crucial realizar un seguimiento y evaluación continuos del impacto de la tecnología en los procesos empresariales. Establecer indicadores clave de desempeño y realizar evaluaciones periódicas permitirá identificar áreas de mejora y ajustar la estrategia según sea necesario. Mantenerse actualizado sobre las nuevas tendencias y soluciones tecnológicas también es esencial para asegurar que la empresa siga aprovechando las oportunidades tecnológicas en beneficio de su crecimiento y éxito a largo plazo.

REFERENCIAS

- Alavi, C., & Leidner, P. (2017). *La gestión por competencias: una nueva herramienta en la planificación estratégica del recurso humano*. Antofagasta, Chile: Universidad de Antofagasta.
- Alcantara, S. (2019). *Comportamiento organizacional: cómo lograr un cambio cultural a través de Gestión por competencias*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Aranda, B. (2018). *Competencias laborales: sistemas, surgimiento y modelos*. OIT/Cinterfor.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme CA.
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2020). *Informe de Economía y Desarrollo*. CAF, ScioTeca.
- Barrantes, R., & Quispe, H. (2018). *Competencias digitales para la gestión del conocimiento en el ámbito empresarial*. Lima, Perú: Actas del IX Congreso Internacional de Investigación y Desarrollo de la Universidad de San Martín de Porres.
- Barro, S. (2019). *Empleo de personas y máquinas*. Revista ICE. Obtenido de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1948/1948>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*.
- Bustínduy, I. (2010). *La comunicación interna en las organizaciones 2.0*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/La_comunicaci%C3%B3n_interna_en_las_organiza.html?id=imyM6_3Zke0C&redir_esc=y
- Cacurri, V. (2018). *Competencias digitales para la educación del siglo XXI*. Buenos Aires, Argentina.
- Caldas, A. (2017). *Metodología de la investigación*. Juárez, México: Prentice Hall Hispanoamericana SA.
- Cámara de Comercio y Producción de Piura. (2022). *Presentación de resultados del Índice de Competitividad Regional - INCORE 2021 para la Macrorregión Norte*. Piura, Perú: Cámara de Comercio y Producción de Piura.
- Capuano, A. (2019). *Evaluación de desempeño por competencias*. INVENIO.

- Cardenas, A. (2019). *La competencia digital y el uso de aplicaciones web 2.0 en docentes de una universidad privada - 2018*, 154.
- Castañeda, S., & Osorio, M. (2016). *Diseño de investigación científica*. Sevilla, España: Gráficas Dehon.
- Cavero, F. (2015). *Modelo de investigación*. Madrid, España: Pirámide ESIC.
- Centrum. (2021). *Resultados del Ranking de Competitividad Mundial 2021*. Lima, Perú: Escuela para los Buenos Negocios.
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de los recursos humanos*. México: McGraw-Hill Educación.
- Curbelo, J. (2019). *Competir en la transformación digital*. Dialnet. Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEco>
- Flores, C., & Montoya, R. (2021). *Gestión del conocimiento y tecnologías de la información: Retos y oportunidades en las organizaciones peruanas*. Piura: Universidad Nacional de Piura.
- Gámez, R. (2017). *Comunicación y cultura organizacional en la empresas chinas y japonesas*. Obtenido de <https://bit.ly/2MztuGb>
- Garcerá, M. (2019). *Análisis del emprendimiento peruano como oportunidad de actividad económica en 2018*. Bogotá, Colombia: UniEmpresarial. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20213/TAMD%20G215a.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, F. (2017). *Competencias digitales en la docencia universitaria del siglo XXI*. Tesis doctoral, Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Garnika, C. (2015). *Confiabilidad y validez de instrumentos de investigación*. Barcelona, España: McGraw-Hill.
- González, M. (2022). *Gestión del conocimiento y competencias laborales en los colaboradores del restaurante El Parque Donofrio, Miraflores - 2020*. Lima, Perú: Universidad Autónoma del Perú.
- Guizado, F., Menacho, I., & Salvatierra, A. (2019). *Competencia digital y desarrollo profesional de los docentes de dos instituciones de educación básica regular del distrito de Los Olivos, Lima-Perú*. Lima, Perú: Hamut'ay.

- Iacob, M., Dumitru, F., Rusu, V., & Vasilache, S. (2020). *Digital competence in knowledge management: A systematic review of the literature*. Computers in Human Behavior.
- INEI. (2017). *Resultados definitivos de los Censos Nacionales 2017 - Piura*. Lima, Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1553/
- Ipsos Perú. (2020). *Generaciones en el Perú 2020*. Ipsos Perú. Obtenido de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2021-08/GENERACIONES%20EN%20EL%20PER%C3%9A_V3.pdf
- Mangia, G., & Bianca, C. (2018). *Industry 4.0 and new skills patterns: A contribution to the definition of the professional profiles in the fast-food sector*, 11(4). Revista de Administração da UFSM. doi:10.5902/1983465937599
- Medina, K. (2019). *Análisis del emprendedurismo y propuesta de un plan de formación y capacitación para emprendedores en la ciudad de Arequipa*. Arequipa, Perú: Universidad Nacional de San Agustín. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/8443/ADMmegakp.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Melchorita, C. (2018). *Competencia digital en docentes de una Organización Educativa*. Tesis de maestría, Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Merino, R. (2013). *Diseños para la investigación científica*. México D.F., México: Compañía Editorial Continental SA.
- Ministerio de Educación Cultura y Deporte-MECD. (2017). *Marco común de competencia digital docente V 2.0*. España: INTEF.
- More Navarro, J. (2022). *Competencias digitales en el personal administrativo de la Unidad de Gestión Educativa Local Sullana – Piura, 2021*. Piura, Perú: Universidad Nacional de Piura. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3357>
- Ocoña, Y., Valenzuela, L., & Garro, L. (2019). *Inteligencia artificial y sus implicaciones en la educación superior*. Propósitos y Representaciones. doi:<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.274>

- Paspera, M. (2021). *Gestión del conocimiento y competencias digitales docentes del colegio Alfonso Ugarte y docentes de los CEBA – Lima, 2020*. Lima, Perú: Universidad Científica del Perú. doi:<https://doi.org/10.21142/tl.2021.2165>
- Pérez, Z. (2016). *Gestión del conocimiento institucional y su relación con la calidad del servicio educativo ofertado por las instituciones educativas públicas de distrito de Ate – Lima, 2015*. Tesis doctoral, Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Rabago, E. (2010). *Gestión por competencias, un enfoque para mejorar el rendimiento personal y empresarial*. Obtenido de <https://bit.ly/2ulbLa7>
- Rangel, A., & Peñalosa, E. (2013). *Alfabetización digital en docentes de educación: construcción y prueba empírica de instrumento de evaluación*. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*. doi:<http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2013.i43.01>
- Rengifo, K. (2015). *Tipos de Investigación Científica*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Soria, A. (2011). *Validez para instrumentos en investigación científica*. Madrid, España: Pirámide ESIC.
- Steffen, A. (2013). *Validez*. Puebla, México: Litográfica Ingramex SA.
- Sumoy, R. (2018). *Teaching digital skills for a new fast-food society: A case study*. Proceedings of the 10th International Conference on Education and New Learning Technologies. doi:10.21125/edulearn.2018.1404
- SUNAT. (2021). *Directorio Central de Empresas y Establecimientos*. Lima, Perú: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
- Tari, J., & García, M. (2009). *Dimensiones de la gestión del conocimiento y de la gestión de la calidad: una revisión de la literatura*. *Revista de Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*.
- Valdivia, M. (2020). *El uso de la plataforma virtual en las competencias digitales de los servidores públicos de la DRE Lima Metropolitana*. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Valladolid, C. (2021). *Gestión del conocimiento y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Morropón – Piura*. Piura, Perú: Universidad Cesar Vallejo.

- Vergara, F., & Villanueva, Á. (2020). *Competencias digitales en la empresa peruana*. Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Zhao, J., Liu, Y., & Hu, J. (2020). *From Knowledge Management to Digital Knowledge Management: The Evolution of Knowledge Management and the Role of Digital Technologies*. *Journal of the Association for Information Science and Technology*.

ANEXOS

Anexo 01. Instrumentos de investigación

Cuestionario para medir la variable: Gestión del conocimiento

Cultura organizacional

1. Tengo presente la misión de mi organización
 - Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
2. Los objetivos se cumplen trabajando en equipo
 - Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
3. Cuando se presenta un problema, se busca la solución en equipo
 - Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
4. Trabajo de acuerdo con las normas de la empresa
 - Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
5. Motivo en mi empresa a compartir información relevante
 - Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
6. Consideran mis ideas para mejorar alguna actividad laboral
 - Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
7. Mantengo mi área de trabajo seguro, limpio y ordenado
 - Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)

- Siempre (Eficiente)
8. Propongo nuevas ideas para la mejora de los procesos dentro del área
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)

Comunicación interna

9. La comunicación es clara, fluida y precisa entre las áreas
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
10. Brindo mi punto de vista de una manera que sea entendida por todos
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
11. Toda información que requiero se encuentra almacenado en la red compartida de la empresa
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
12. Consulto con mis compañeros cuando desconozco un tema
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
13. Recibo información de los cambios que se realizará en la organización
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
14. Informo de manera inmediata los incidentes
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)

Desarrollo de competencias

15. Se determina tiempos para cumplir con las tareas programadas

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

16. Recibe capacitación constantemente

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

17. Identifica los puntos de mejora de los problemas presentados

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

18. Practica los valores establecidos por la empresa en sus labores diarios

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

19. Las actividades que realiza se desarrollan con más calidad a partir de los conocimientos que va adquiriendo

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

Planificación

20. Identifico los recursos disponibles que tengo para realizar los servicios

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

21. Estoy informando del plan periódico de actualizaciones del sistema de información

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

22. Organizo las tareas que tengo según prioridad

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

23. Establezco alternativas de solución en caso se presenten problemas

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

24. Tengo claramente establecido las actividades a desarrollar durante mi día

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

Cuestionario para medir la variable: Competencias digitales

Alfabetización digital

25. Navegas, buscas y filtras información en páginas web con facilidad

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

26. Evalúas la calidad del contenido encontrado en las páginas que visitas

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

27. Almacenas y recuperas la información que revisas en internet

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

Comunicación colaborativa

28. Interactúas con nuevas tecnologías con facilidad

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

29. Compartes información y contenidos en la web, respetando las citaciones

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

30. Participas activamente en comunidades virtuales y redes sociales con fines de actualización y desarrollo profesional

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

31. Utilizas medios digitales para elaborar contenidos digitales con tus compañeros de trabajo

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)

- Siempre (Eficiente)
32. Sigues las normas básicas de comportamiento y disposiciones legales de los medios digitales en internet?
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
33. Contribuyes a que tus colaboradores aprendan a gestionar su identidad digital
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)

Creación de contenidos digitales

34. Creas contenidos digitales mezclando texto, imágenes y/o videos y los compartes
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
35. Integras, combinas y reelaboras contenidos digitales convirtiéndolo en un nuevo contenido digital licenciándolo adecuadamente
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
36. Aplicas los derechos de autor y las licencias a la información y a los contenidos digitales
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)
37. Modificas, perfeccionas y combinas recursos existentes, para crear un contenido nuevo y original
- Nunca (Deficiente)
 - A veces (Regular)
 - Siempre (Eficiente)

Resolución de problemas

38. Resuelves problemas no complejos en entornos digitales con la ayuda de un manual de ser necesario

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

39. Evalúas con sentido crítico las diferentes posibilidades que los entornos ofrecen para resolver problemas del trabajo

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

40. Utilizas la tecnología para analizar necesidades y gestionar soluciones innovadoras

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)

41. Conoces las tecnologías digitales más importantes utilizadas en tu área de conocimiento

- Nunca (Deficiente)
- A veces (Regular)
- Siempre (Eficiente)