



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Características de la comunicación institucional en
colaboradores de la I.E. Inca Garcilaso de la Vega N° 2041,
Independencia, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Ancori Ramos, Gloria (orcid.org/0000-0001-7931-9919)

Burga Vega, Yelitza Yemina (orcid.org/0000-0002-0023-8188)

ASESOR:

Dr. Villa Calderón, David Fredy (orcid.org/0000-0002-7115-6614)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

Esta tesis se la dedicamos a nuestros padres, porque ellos día a día creen en nosotras y nos brindan su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Agradecemos a nuestro asesor Dr. David Fredy Villa Calderón por sus enseñanzas, orientaciones y su gran apoyo constante para lograr concluir la tesis y el objetivo trazado.

Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población.....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Procedimientos.....	20
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN.....	28
VI. CONCLUSIONES.....	32
VII.RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Operación de la variable.....	17
Tabla 2. Validadores.....	19
Tabla 3. Escala de confiabilidad.....	20
Tabla 4. Resultado del objetivo general	22
Tabla 5. Resultado del objetivo específico 1	23
Tabla 6. Resultado del objetivo específico 2	24
Tabla 7. Resultado del objetivo específico 3	25
Tabla 8. Resultado del objetivo específico 4	26

Índice de figuras

Figura 1. Resultado del objetivo general	22
Figura 2. Resultado del objetivo específico 1	23
Figura 3. Resultado del objetivo específico 2	24
Figura 4. Resultado del objetivo específico 3	25
Figura 5. Resultado del objetivo específico 4	26

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la comunicación institucional de la I. E. Inca Garcilaso de la Vega en colaboradores, Independencia, 2021. El principal sustento teórico de esta investigación es la teoría de la comunicación interna que indica coordinar y canalizar la estrategia de la comunicación organizacional, ya que, ayudara a mejorar la imagen pública, potenciar, desarrollar y difundir para mantener a conservar estrechas relaciones de colaboración en todas las acciones de comunicación.

La investigación es de enfoque cuantitativo, en nivel descriptivo, de tipo básico y de diseño experimental. La población a estudiar es de sesenta y seis (66) colaboradores de la institución educativa Inca Garcilaso de la Vega N° 2041 del distrito de Independencia. Siendo una población censal. El principal instrumento a utilizar es el cuestionario el cual consta de 20 preguntas en la escala de Likert. Se llegó al resultado de que el 58% de los colaboradores perciben de manera regular la comunicación institucional de la I. E. Inca Garcilaso de la Vega N 2041, Independencia.

Se concluye que las características de la comunicación institucional fueron distinguidas en ocasiones, debido a el manejo de la comunicación que se brinda en la institución, que generó incentivar a los colaboradores a cumplir los objetivos en común que tenía la institución.

Palabras clave: Comunicación institucional, Colaboradores, Organizaciones.

ABSTRACT

The present research work had as a general objective to determine the characteristics of the institutional communication of the IE Inca Garcilaso de la Vega in collaborators, Independencia, 2021. The main theoretical support of this research is the theory of internal communication that indicates coordinating and channeling the organizational communication strategy, since it will help to improve the public image, enhance, develop and disseminate to maintain close collaborative relationships in all communication actions.

The research has a quantitative approach, descriptive level, basic type and experimental design. The population to be studied is sixty-six (66) collaborators from the Inca Garcilaso de la Vega N 2041 educational institution in the district of Independencia. Being a census population. The main instrument to use is the questionnaire which consists of 20 questions on the Likert scale. The result was that 58% of the collaborators regularly perceive the institutional communication of the I.E. Inca Garcilaso de la Vega N 2041, Independence.

It concludes that the characteristics of institutional communication were distinguished on occasions, due to the management of the communication that is provided in the institution, which generated incentives to collaborators to meet the common objectives what the institution had.

Keywords: Institutional communication, Collaborators, Organizations.

I. INTRODUCCIÓN

Mundialmente, las comunicaciones han desempeñado un papel importante en el desarrollo de sociedades, pero sobre todo de instituciones educativas, lo que permite que afiancen una serie de lazos con los actores educativos (padres de familia, estudiantes, docentes y directivos). Por esta razón, las instituciones educativas actualmente ponen énfasis en la comunicación y la usan como herramienta para la comunicación en el proceso educativo a través de diversas fuentes; sin embargo, existe un mal manejo del mensaje que se quiso transmitir, generando problemas que afectan al clima institucional educativo.

En el nivel exterior las instituciones educativas en las instituciones ecuatorianas han comprendido la importancia de sobrellevar y sostener una relación dinámica de comunicación entre los públicos; interno y externo. Esta intercomunicación involucra una serie de estrategias que van a permitir establecer ambientes: de compromiso, responsabilidad laboral y progreso individual como grupal, siendo esta complementada con los aspectos de responsabilidad.

Las instituciones educativas también han crecido en grandes proporciones. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática el 34% de instituciones a nivel nacional son colegios de inicial y el 65.2% de primaria, por esta razón es conveniente que obtengan una buena comunicación en un clima laboral, tanto en las áreas administrativas como las áreas pedagógicas, ya que contribuyen con el aprendizaje de futuros profesionales. Sin embargo, existen centros estatales que cuentan con carencias con respecto a su comunicación institucional, pues muchas veces no refuerzan sus estrategias en este ámbito.

Y a nivel local la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021; no cuenta con un grupo de comunicación, pero entre los administrativos, docentes y directivos se relacionan por diversos intercambios de información y notificaciones de trabajos que deben organizarse durante el mes o realizar trabajos entre administrativos y docentes.

Por esta razón, la investigación ha buscado dar respuesta a la siguiente problemática, ¿Cómo se presentan las características de la comunicación institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021? En la misma línea, los problemas específicos fueron: ¿Cómo determinar las características de la identidad institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021?; ¿Cómo determinar las características de la cultura institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021?; ¿Cómo determinar las características del aprendizaje de herramientas en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021?; ¿Cómo determinar las características de la Comunicación de crisis en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021?

Ahora bien, teniendo establecidos el problema general, la investigación se justificó de forma práctica social, teórica y metodológica. A nivel práctico, se justifica porque aportó soluciones a las problemáticas planteadas para que la Institución Educativa Inca Garcilaso de la Vega N°2041 maneje de mejor manera su comunicación institucional, lo cual hace que capten a más clientes potenciales y mejore el clima laboral. A nivel teórico, la investigación se justificó debido a que se aportó conceptos, definiciones, etc... sobre la comunicación institucional que busco generar un impacto positivo en la institución educativa y que puedan tenerlo en su reglamento y que se permita garantizar las buenas prácticas de las características de la comunicación institucional.

Con respecto al nivel metodológico, los resultados permiten que otros investigadores puedan indagar sobre el tema, así como también sirve como herramienta para que la información sea utilizada y transferida a otros estudios sobre comunicación institucional.

Por último, para poder indagar más acerca del tema, la investigación presenta como objetivo general, determinar las características de la comunicación institucional de la I.E Inca Garcilaso de la Vega N°2041 en colaboradores,

Independencia, 2021. Así mismo se formuló los siguientes objetivos específicos:
Distinguir las características de la identidad institucional en los colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041; Diferenciar las características de la cultura institucional en los colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041; Identificar las características del aprendizaje de las herramientas en los colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041; Reconocer las características de la comunicación de crisis en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041.

II. MARCO TEÓRICO

Los antecedentes del ámbito nacional consignados son: Loa, Marchena, Rivera y Rosales (2019), en su estudio que tuvieron como objetivo principal se determinó la conexión que conlleva entre la comunicación institucional y la fidelización en alumnos del grado quinto de secundaria N° 0025 San Martín de Porres, Ate 2019. El estudio fue de enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental. Como instrumento de recolección de datos realizaron el cuestionario con 12 preguntas tipo Likert, y la muestra estudiada conformó un total de 126 alumnos de la institución. La conclusión fue que la conexión entre la comunicación institucional interna con la fidelización es positiva y moderada.

Turpo y Jaimes (2017) en su investigación donde tuvieron como objetivo principal determinar el vínculo que tiene la importancia de los servicios académicos y la cultura organizacional en la imagen institucional de una institución privada confesional. El estudio fue de enfoque cuantitativo en donde se utilizaron tres instrumentos que fueron laborados a un campo de estudio de 221 personas del público que fueron los estudiantes de la universidad privada confesional. Entre los resultados se consiguieron que las relaciones significativas entre las variables estudiadas y sus dimensiones. Se concluye que la valoración positiva de la imagen institucional se ve dañada por la cultura organizacional y la índole de los servicios educativos.

Aquino (2018), en su tesis propuso como objetivo principal investigar tanto la comunicación interna como la externa en la UPV/EHU a partir del punto de vista del público interno de la universidad y el público externo que tenga mayor relación con la Oficina de Comunicaciones, reconociendo el plan de comunicación y la organización institucional que usa la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea mediante la misma área. El estudio fue de tipo mixto, basado en técnicas cualitativas y cuantitativas, es por ello que empleó un método descriptivo. Para la recolección de datos, usó las entrevistas semi estructuradas, las cuales realizó a algunos especialistas, así como también la encuesta, el mismo que aplicó a diversos alumnos de los tres campus de la universidad. La conclusión fue que la

UPV/EHU trató de mejorar la calidad de la comunicación interna y externa con las tácticas que se encontraron en el Plan de Comunicación.

Cornetero, Delgado y Gómez (2018), en su investigación el objetivo principal fue determinar cómo es el manejo del fan page de la Policía Nacional del Perú en concordancia con la táctica de comunicación digital que emplearon en el periodo 2015 – 2017. El estudio fue cualitativo, como método utilizaron el estudio de caso de tipo descriptivo. Así mismo, para la recolección de datos usaron herramientas como el análisis de contenido, entrevistas semi estructuradas y la observación etnográfica. La conclusión fue que el plan de comunicación con el que se manejó la fan page de la PNP fue innovadora, ya que se diferenció de los caracteres que usaron otras instituciones, a su vez permitió que sus seguidores se sientan más cercanos y así puedan reflejar una mejor imagen institucional.

Cieza (2021) en su investigación cuyo objetivo principal fue proponer una planificación de estrategias de gestión institucional para fortalecer la mejora de la identidad institucional en los docentes del nivel primario de la I.E. N° 10075 – caserío Pampa La Victoria, distrito de Pátapo. El estudio fue de enfoque cuantitativo y cualitativo. Para la recaudación de datos se emplearon las técnicas de observación y entrevista en base a una encuesta. Como resultado del estudio se obtuvo la relevancia polémica e investigativa que la identidad institucional tiene en el campo de la educación, y en especial, para los profesores del Distrito. La conclusión fue que la brecha de necesidad de comunicación institucional lo resuelve el programa de estrategias que promueve la identidad institucional, resalta la importancia de la comunicación, promueve relaciones interpersonales, genera empatía y tolerancia, asume liderazgo e interacción cooperativa, construye acciones para la toma de decisiones, asegura el desarrollo del recurso humano en la organización institucional y constantemente fortalece la motivación.

Los antecedentes del ámbito internacionales consignados son: Segura, Piñeiro y Moreira (2020), en su investigación que tuvo como objetivo principal determinar el nivel de aplicación de la comunicación organizacional en sitios web universitarios y evalúa qué factores se conectan con ese nivel. El estudio fue cualitativo, como método utilizaron el análisis de 120 ciber sitios de 60 universidades que obtuvieron

los primeros rankings mundiales y de aquellas que fueron acreditadas en Ecuador. Entre los resultados se recalca que la comunicación organizacional está correlacionada con la calidad académica más que con la calidad web. Las instituciones superiores evalúan páginas cibernéticas como un recurso estratégico de comunicación para adquirir resultados online y offline. La mayoría de las virtuosas prácticas están al alcance de las universidades que deseen ser más competitivas.

Jimenez, Sanchez y Rodriguez (2021), en su investigación el objetivo principal fue distinguir la incidencia de la comunicación interna en la identidad institucional de profesores de esta universidad, en el año 2019. Utilizó una metodología mixta (cualicuantitativa) que completa las técnicas de observación del encuestas, entrevistas y discurso, a una población de 515 profesores de todas sus sedes en Cuenca, Guayaquil y Quito. La investigación mostró que los docentes se sienten identificados con la filosofía y cultura organizacional asumiendo la identidad institucional motivada por la comunicación; a pesar que se reveló también ciertos deficientes comunicativos. Las conclusiones fueron que la gestión de la identidad y comunicación institucional en la educación superior aportó una educación integral, conectada por la filosofía institucional en el accionar de profesores, dentro de la enseñanza académica, investigación y vinculación con la sociedad.

Villarreal, Garcia, Hernandez y Steffens (2019), en su estudio el objetivo principal fue observar aspectos conectados con las competencias digitales en profesores en el escenario de educación superior en Barranquilla. El estudio fue de enfoque cuantitativo y cualitativo con el soporte de un instrumento tipo Likert con una población de 20 docentes. En los resultados se obtuvo que se evidencia una alta autopercepción por parte de los docentes encuestado frente a la presencia de competencias digitales en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Entre estas, destacan la información y capacitación, aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación y la gestión de entornos de aprendizaje. La conclusión fue que se debe fomentar en los docentes mayor compromiso con la renovación del conocimiento y la información, así como la estimular la creación de contenido digital que promuevan las competencias en el alumnado.

García y García (2021) en su estudio tuvieron como objetivo principal analizar el uso de herramientas digitales para la docencia en España en el lapso de la pandemia Covid-19. El estudio fue de enfoque cualitativo analizando el uso de una población que hacen 108 docentes en activo, de quince herramientas digitales para la docencia (blogs, plataformas educativas, wikis, herramientas para crear contenido colaborativo, herramientas de ramificación, contenido de interactividad *hoc*. Donde obtuvieron como resultados, que las implicaciones educativas que se dieron por la pandemia por COVID-19 y el confinamiento, produjeron el proceso de enseñanza y de aprendizaje con la digitalización educativa materializada en el uso de diversas herramientas digitales para la docencia. Las conclusiones fueron que es vital la capacitación de los docentes con respecto a las nuevas herramientas digitales que utilizaron para continuar con el proceso de enseñanza renovado y ampliar sus posibilidades, sobre todo digitalizando todo el sistema educativo en favor de las instituciones educativas.

Velasco (2002), en su estudio el objetivo principal fue indagar sobre el efecto de la cultura organizacional que las escuelas públicas tienen sobre la actitud manifestada por el personal docente. El estudio fue de enfoque cuantitativo teniendo como muestra 17 escuelas pertenecientes al Estado de México. Se obtuvo como resultado que los docentes que laboraban en instituciones educativas que presentan mayor cultura institucional, son los que contribuyen mayor capacidad de adecuación ante situaciones nuevas y menor resistencia para integrar las situaciones necesarias; Quienes trabajan en escuelas con bajos niveles de cultura, tienen menor probabilidad de enfrentar con éxito una situación diferente a las cotidianas. Las conclusiones fueron que la cultura organizacional, es un factor decisivo en las posiciones que asume el plantel docente de las instituciones educativas públicas al enfrentar una situación inesperada. Si la cultura es fuerte y funcional, será un apoyo para integrar los cambios que la nueva situación demanda; si ésta es frágil o defectuoso, será un problema interno más que enfrentar.

La comunicación institucional está ligada directamente con el público interno para mejorar la imagen de la empresa, lo cual es primordial, ya que también lo perciben de manera externa. Es por ello, que es necesario indagar sobre la Teoría de la comunicación interna que se puntualiza las tareas para coordinar y canalizar el plan

o la estrategia de comunicación de la organización; debido que gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen pública; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de la comunicación; consiguiendo que esta sea clara, veraz, transparente; para así poder conservar estrechas relaciones de colaboración con los medios, y verificar y controlar la calidad o hechos informativos y publicitarios de todas las acciones de comunicación. E teoría fundamenta tres puntos importantes que son los siguiente: i) Función descriptiva, investiga y expone el estado de los procesos comunicativos, o la concepción de las situaciones en los diferentes ámbitos de la organización, ii) Función evaluadora, explica las razones por las cuales los diferentes ámbitos actúan de la manera en que lo hacen. Es la ponderación de los elementos que influyen en los procesos comunicacionales que se están produciendo y iii) Función de desarrollo, analiza cómo reforzar aquello que ha sido evaluado como acertado y mejorar lo que fue considerado erróneo, y propone, además, la forma de realizarlo. Martín (1995) (como se citado por Trelles, 2016.p.4)

En cuanto a las definiciones de comunicación institucional, centra su interés en la organización, diagnóstico, análisis y mejorar las complejas variables que constituyen los procesos comunicativos en las organizaciones, esto con el fin de restablecer la interrelación entre sus miembros, como el público interno y externo; lo que dirigirá a tener un mejor manejo de empresas o institución y al reforzamiento de su identidad (Argota y Argota, 2015).

La identidad institucional representa la imagen, historia, cultura y trayectoria de la empresa, estos aspectos no solo son visuales, sino que también emocionales, ya que a su vez se caracterizan por tener valores, y compartir creencias de la institución, las cuales muchas veces son emitidas al exterior. Así mismo, la identidad forma parte de un conjunto de piezas que atrae la mirada del público, lo cual lo coloca como una herramienta intangible y beneficiosa para cualquier compañía que a lo largo de los años cuenta con múltiples competidores. Sin embargo, esto fue una inversión que se desarrolló a largo plazo, con resultados favorables después de pasar por un proceso histórico sobre la comunicación institucional. Según Rust (2019), la identidad institucional es más que solo un planteamiento externo que se refleja en la imagen, sino que también describe cómo es la empresa, por lo tanto, abarca ambos aspectos, asegurándose de ser

coherente en toda su comunicación, y se centra en explotar las características que lo hizo distinguirse de sus competidores, ayudando a que se vincule positivamente con su público, tanto interno como externo. La identidad institucional está conformada por aspectos internos y externos puesto que también se puede comunicar a través del logo, lo cual genera interacción con el público, así mismo, resalta los aspectos positivos de la empresa haciéndola transparente ante los ojos del público y transmite confianza de tal forma que aporta a la credibilidad de la empresa, en los aspectos administrativos pues consideran que todo se realiza de manera eficaz. Además, se forma de manera positiva, ya que tiene mucho impacto en el público y es una variable esencial para las organizaciones. Por ende, en ella se refleja la personalidad de la empresa para ser reconocida y recordada fácilmente, lo cual se relaciona con la experiencia personal, la misma que sirve como publicidad directa, debido a que los colaboradores se sienten valorados y recomiendan a la institución por su grato ambiente laboral.

La identidad visual es una estrategia que permite que las empresas se comuniquen con sus clientes a través del uso de elementos visuales de una forma ideal, y abarca aspectos como el diseño o la gráfica. En consecuencia, las innovaciones visuales son fundamentales debido a que tienen la capacidad de identificar una marca a través del estímulo visual, la cual destaca, a su vez comunica que esa marca cumple un rol en el mercado. Según Gregersen y Johansen (2018), se debe tener en cuenta que menos, es más, por lo tanto, una imagen llena de objetos no está bien visto, pues satura al espectador, por otro lado, la imagen que se encuentre en la empresa tiene un propósito que siempre está diseñado para el futuro. Por ello, podemos indicar que el logo debe tener un balance entre los colores y los objetos que estén en él para que pueda ser bien captada por los públicos. Además, la identidad visual no está compuesta solamente por la marca gráfica, sino que también por los distintos elementos que se relacionan entre sí como el color, tipografía, formas, texturas, las imágenes y fotografías. Es por ello, que se analizan los colores apropiados para la institución, los mismos que deben reflejar la responsabilidad y el compromiso que tienen con los colaboradores y educandos, es decir debe ser un logo sobrio que no llame la atención.

La identidad organizacional de una empresa o colegio aportó a la identidad institucional, ya que trabaja en la organización haciéndoles sentir el sentido de pertenencia, que se ve involucrado con la forma en la que se relacionan los colaboradores. Además, define los roles de los colaboradores tal como expresa Ravasi (2016) la identidad organizacional se basa en la forma en la que se relacionan los trabajadores, ya que, depende de ello el cómo reflejan la imagen de la empresa, sobre todo ayuda a las instituciones a identificar las motivaciones colectivas e individuales de sus colaboradores para aplicarlas y así llegar a un objetivo en común. A partir de ello, podemos indicar que la identidad organizacional refuerza el compromiso y la integración de los colaboradores, interpretando las experiencias positivas o negativas que tuvieran y resolviéndolas demostrándole interés de parte de la institución, para que así se refuerce la eficacia en las actividades que realicen.

Al contrario, la identidad personal significó actuar en todo momento bajo el compromiso personal con franqueza, honestidad y justicia, los cuales se construyen con principios personales y morales, esto ayuda a la mejora social, la integridad y la buena disposición. Olave (2020) indicó que es entendida como un proceso de socialización que permite al sujeto encontrar su propia singularidad. Además, la identidad personal determina las actitudes de una persona y las define con respecto al ámbito en el que se desenvuelve, por ello, si el colaborador se siente comprometido con la empresa asumirá los atributos propios de la organización y forjara así el concepto que tiene de su persona y de su lugar de trabajo.

En cuanto a la cultura institucional Adonis y Silinda (2021) indicaron que se caracteriza por las normas y características que comparten las organizaciones. Muchas de las cuales, la tradición se moviliza dentro de una reconstrucción para mantenerse en la modernidad; por lo tanto, cuando se sienten involucrados a determinados grupos sociales que se forman en el trabajo constituyen su identidad cultural. Por ello, podemos decir que la cultura institucional permite que los colaboradores mantengan la conducta adecuada en la organización, siguiendo los

lineamientos que indica la misma, favoreciendo el trabajo en equipo y la buena comunicación interna.

La satisfacción laboral se da cuando los colaboradores se sienten reconocidos y seguros con la institución en la que laboran, además del disfrute del ambiente laboral, aunque también influyen sus emociones y los hechos vividos en el trabajo, ya que la satisfacción deriva de la percepción de estos al momento de ir a laborar. Con respecto a ello, Granziera y Perera (2019), refiere que los niveles de satisfacción que puede tener un trabajador se dan tras diversos factores como la comunicación con la empresa y lo abierto que puedan ser con ella, la seguridad que le puede brindar la empresa al mantener su trabajo, las oportunidades que le otorgan para crecer profesionalmente y el reconocimiento por las actividades que realiza. Por ello, se debe tener siempre presente a los colaboradores de cada empresa, complementando sus necesidades para que se sientan satisfechos y mejoren su productividad.

La confianza en el ambiente laboral es muy favorable, ya que se pueden explotar las fortalezas y reconocer fácilmente las debilidades, por lo que deben trabajar en ellas adquiriendo nuevas habilidades. Según Mellor (2019), la seguridad es la base de la confianza, por ello, los trabajadores que confían en la institución en la que trabajan asumen constantemente retos y se superan diariamente aprendiendo de sus errores y adquiriendo nuevas habilidades investigando o potenciando sus actividades para que sean efectivas. Por lo cual, la confianza que refleja la institución a sus colaboradores los ayuda a potenciar sus cualidades y mejorar constantemente en las tareas que realizan.

El clima laboral se reflejó en el esfuerzo en conjunto de los colaboradores que mantienen las relaciones estables, ya sea con los directores o compañeros de trabajo, los cuales utilizan diversas plataformas digitales y aplicaciones que facilitan el acceso a la información y el contacto con ellos mismos. Así como lo expresa Laseinde, Oluwafemi, Pretorius y Oluwafemi (2020) quien indicaron que, la comunicación interna eficaz es muy importante en una organización, ya que, la atención que les brindan a sus empleados los reconforta y los ayuda a estar más comprometidos con sus actividades y con la empresa, por ello no se deberían dejar

en segundo plano sino más bien deberían actualizarse y evolucionar junto con sus empleados. Esto se desarrolla para fortalecer los lazos de integración con los colaboradores y así apoyar a la institución a alcanzar metas cada vez más altas. Por ello, el clima laboral es favorable para las empresas, ya que, demuestra a sus colaboradores lo importante que son para ellos, brindándoles un ambiente seguro y pleno en el que puedan desenvolverse y así mejorar su productividad, lo cual también motiva a sus compañeros. Junaida (2021), menciona que, el ambiente laboral positivo se refiere a un lugar donde incentiven la seguridad, el crecimiento y cumplimiento de objetivos de los empleados. Este entorno es el más adecuado para que los empleados puedan desempeñarse al máximo de su capacidad en las actividades que realizan. Por lo tanto, las empresas incentivan a sus colaboradores constantemente, y así logran las metas que se proponen, además hacen que se sientan cómodos en ella.

El aprendizaje de herramientas cumple muchos roles beneficiosos en la gestión educativa y también en el ambiente laboral. Por ello los recursos digitales tienen la finalidad de facilitar y organizar el trabajo que realizan los docentes, por esta razón no solo se utilizan para impartir su enseñanza sino también para trámites administrativos como lo sería comunicación entre colaboradores y coordinación de actividades. Tejada y Pozos (2018) nos menciona que el aprendizaje de las herramientas digitales en docentes es significativamente importante, ya que, pueden mejorar su eficacia y eficiencia presentando reportes o resultados de manera más rápida. Además de que las plataformas digitales renuevan y amplían las posibilidades de enseñanza, lo cual favoreció a los docentes.

La adaptabilidad digital en los colegios, se da debido a la coyuntura que se atraviesa por la pandemia, ya que eso obliga a todos los profesionales a capacitarse sobre los nuevos aplicativos que ayudan a seguir con sus actividades cotidianas, sin necesidad de ir a sus centros de trabajo. Según Mardiana (2020), la adaptabilidad digital en las instituciones educativas ha sido indispensable, ya que, ha permitido sobrellevar la situación actual. Adoptando a las plataformas digitales que posibilitó continuar con la educación de manera remota, sin embargo, se debió capacitar anticipadamente a todos los que están comprometidos con la institución

para que así se integrarán al mundo digital. Esta adaptabilidad también mejora las capacidades para la enseñanza en todos los ámbitos, puesto que, se pueden capacitar y al mismo tiempo realizar sus actividades en el trabajo.

Las capacitaciones han cambiado radicalmente desde que se tuvo que realizar a distancia, pues ello tuvo ventajas y desventajas, las cuales favorecen a algunas personas, mientras que otras se acoplaron a la nueva normalidad de aprender, tal como lo hicieron los colaboradores de las instituciones educativas para poder seguir al pendiente de los alumnos y sus avances. Por ello, Pakhmov (2020), indicó que el sistema de aprendizaje a distancia brindó accesibilidad para desarrollar actividades teóricas, pero no prácticas. Aunque debido a las restricciones presentadas por la pandemia era la única forma posible para continuar con la educación, lo cual benefició a muchos con acceso a la información y de conectarse a conferencias rápidamente, además de favorecer el trabajo independiente de todos. Debido a ello, al tener más acceso a la información en las redes e internet se pudo lograr un aprendizaje más avanzado y ayudó a desarrollar nuevas capacidades en los alumnos.

La comunicación de crisis que se brinda en las instituciones educativas es muy importante para los colaboradores de los colegios, debido a las coordinaciones que se tienen que realizar sobre las actividades que desarrollan cada uno. Con respecto a ello, Thelen y Robinson (2019), dijo que es imprescindible que los centros educativos implementen la comunicación en crisis como una herramienta de comunicación ya sea con los trabajadores de la institución o de manera externa con los padres de familia y para ello deberían tener su propia página Web u otras plataformas en las cuales puedan estar presentes a su público tanto interno como externo. Con ello, favorecen a la comunicación de crisis dando el fácil acceso a la aclaración de las dudas que se puedan presentar y a las recomendaciones del público en general.

Las páginas Web de los centros educativos fueron creadas con la finalidad de informar y documentar las actividades que se desarrollaron en la institución y desde su creación cada vez son más visitadas debido al incremento de conexión a internet que se produjo debido a la pandemia de Covid-19. Es por ello que en estos portales

Web se reflejó la buena imagen de las instituciones, pues este es un medio importante en donde los docentes y los padres de familia pueden interactuar. Tardío y Álvarez (2018) La Web escolar de una institución educativa está dirigido básicamente a todo el público tanto interno como externo, es por ello, que es necesario que interactúen con ellos y les brinden información relevante y actualizada, además la información debe ser accesible para todas las personas facilitando una navegación intuitiva.

El fácil acceso a los portales Web institucionales permite a cualquier destinatario el acceso a estas plataformas con tan solo conexión a internet, además promueve la participación del público, destacando las actividades y proyectos de la institución para mantenerlos informados. Gonzalez (2019) Para facilitar el acceso de los docentes a los portales web educativos se debería brindar capacitaciones o tutoriales de parte de la institución pues ello los ayudaría a que les sea más manejable y puedan obtener la información disponible sobre las asignaturas que imparten, mejorando los procesos de enseñanza de manera virtual.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

Por el enfoque esta investigación es cuantitativa, según Torres (2016) indico que la investigación de enfoque cuantitativo es la que utilizo solo información medible, que recogió y analizo los cuales respondieron a las preguntas establecidas en la investigación gracias al uso de las estadísticas que se obtuvieron de las encuestas.

La presente investigación fue de tipo aplicada. De acuerdo a Biosci (2018) indica que, la investigación aplicada busco resolver determinados problemas planteados como temas de estudio en base a la búsqueda y aporte al conocimiento para así llegar a una solución del problema que afecta a la población, en este tipo de investigación se busca las razones por las que sucede un hecho, por ello, también es conocida como teórica, aunque también busca solucionar los problemas que se presentan, pero es original y profunda pues describe una visión distinta del tema.

Por el nivel de investigación es descriptivo. Según Peña (2021) da a conocer que es una investigación estadística, muestra describir las características y datos de una cierta población y busca responder las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo. Esto nos ayuda a tener una investigación puntualizada de la población y también las conclusiones se hacen referente a individuos y grupos.

El diseño de la investigación fue no experimental. Según Sisan y Jaradat (2018) mencionan que, el diseño de investigación no experimental se caracteriza por no tomar acciones sobre los problemas que se presentan en el tema de investigación y de corte transversal porque se aplica el instrumento para recolectar los datos en un tiempo determinado. Conforme con lo que expresaron los autores, la investigación se basó en el diseño no experimental pues no afecta a la variable que se estudió sino más bien la analizo.

3.2 Variables y Operacionalización

La variable a estudiar es la “Comunicación institucional”

Definición conceptual de la comunicación institucional

Argota (2016) menciona en su Modelo de Gestión Integral de la Comunicación Institucional que las variables imagen, identidad, cultura, comunicación promocional y comunicación de crisis. Tienen como objetivos en este método posicional la imagen, lograr la cultura organizacional, busca elevar la competitividad, fidelizar, calidad e identificar las potenciales de entidad y amenaza en su entorno. La comunicación institucional tiene como principal objetivo establecer relaciones de calidad entre una organización y el público al que se dirige. En su característica son identidad e imagen visual, público, comunicación verbal y no verbal, canales internos, reputación, estructura organizacional, canales internos y externos.

Definición operacional de la comunicación institucional

De acuerdo a la definición de la variable “Comunicación Institucional” de la Teoría de la comunicación interna se descompondrá en dimensiones e indicadores como la identidad, cultura, aprendizaje de herramientas y comunicación de crisis que darán lugar a la construcción de un instrumento de recolección de datos (Escala de Likert de 20 ítems).

Tabla 1

Operacionalización de la variable – Comunicación institucional

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente de recolección
Identidad institucional	Identidad visual	1 - 2	Cuestionario
	Identidad organizacional	3 - 4	
	Identidad personal	5 – 6	

	Satisfacción	7 - 8
Cultura institucional	Confianza	9 – 10
	Clima laboral	11 - 12
Aprendizaje de herramientas	Adaptabilidad digital	13 - 14
	Capacitación	15 – 16
Comunicación de crisis	Página web	17 - 18
	Fácil acceso	19 - 20

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población:

En la presente investigación, la población se conformó por los colaboradores de la institución educativa Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia. Así mismo, se determinó a la población de manera censal que estuvo conformada por 66 colaboradores. Como señaló Garg (2016) al indicar que: La población se refiere a varias personas que son estudiadas para identificar el objetivo y las características que tienen para obtener un resultado.

En ese sentido al contar con una población tan reducida, se encuestó a todos los colaboradores que fueron una población censal, Erba (2017) expresó que: la población censal es toda la muestra conformada por la institución o empresa estudiada y este método se utiliza cuando se debe conocer las opiniones de todos los involucrados y sobre todo si existe un consentimiento de la empresa. Se utilizó este método para poder conocer la opinión de todos los colaboradores y así describir de la mejor manera las estrategias de la comunicación institucional que maneja el colegio.

En esta investigación no se ha considerado la muestra y muestreo debido a que se escogió al total de los colaboradores de la institución educativa, debido a que la población es reducida y todos cumplen con los criterios de inclusión para la

realización de este estudio y ayudan a profundizar la descripción de la variable investigada.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente estudio, se empleó la técnica de la encuesta, por la modalidad del estudio y el tiempo de aplicación, así como por la efectividad en recolectar datos de fuentes primarias. Al respecto se utilizó como instrumento, el cuestionario para nuestra variable, institucional que según Tamayo (2017), nos indica al cuestionario como uno de los instrumentos más recomendados puesto que se basa en los objetivos de la investigación y sobre todo aporta a la investigación con los datos que podemos obtener aplicando la encuesta, ya que, estos resultados son medibles.

Mediante la encuesta se analiza el problema que estudiamos según la respuesta de nuestro público, es por ello que es importante aplicarlas y asegurarnos de que las respuestas son verídicas para determinar si las hipótesis alternativas que planteamos se verifican con los resultados obtenidos o no. Y para llegar a la aplicación del instrumento que ya es la fase final antes se debe validar por tres expertos los cuales darán el pase para que se pueda aplicar o corregir las preguntas que sean necesarias para que el cuestionario sea entendible y obtengamos el resultado que queremos.

En síntesis, decir que no se puede obtener los resultados sin el juicio de expertos lo cual le da consistencia y transparencia a nuestro instrumento pues nos muestra la estructura en nuestras dimensiones para que la encuesta no varíe y se puedan interpretar fácilmente los resultados además que validan nuestro cuestionario para poder ser aplicado. Tal como Healer y Twycross (2015) donde indican que, la validez se define en cómo se mide una investigación cuantitativa. En otras palabras, la consistencia que tiene un cuestionario para llegar a los resultados, por ello, es importante para los instrumentos que se van a aplicar y para que la investigación sea fiable.

Para constatar la validez del instrumento se corroboró con tres expertos.

Tabla 2*Validadores*

Validador	Grado	Universidad de egresado	académico
Villa Calderón, David Fredy	Doctor	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE	
Lisboa Echeverre, Gilsa Carolina	Magíster	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO	
Luna Victoria Cabrera,	Magíster	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO	
Hilmer Andrés		CÉSAR VALLEJO	

Fuente: Elaboración propia

Para la validación de los instrumentos utilizados; se buscó expertos calificados en la especialización correcta para que con su aprobación la investigación sea validada y aprobada.

El instrumento fue sometido a la prueba de confiabilidad con el Alfa de Cronbach, tal como indicó La Vella (2015) nos añade la importancia de la confiabilidad pues esto le da un significado y rumbo a nuestras preguntas para ello se debe medir la confiabilidad, que se basa en relacionar las dimensiones con la variable e implica que los ítems que están en tipo Likert se relacionan profundamente y lo considera en un criterio aceptable. Para ello se tomó como muestra a 20 colaboradores de la institución educativa Inca Garcilaso de la Vega del distrito de independencia como prueba piloto, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 3*Escala de confiabilidad*

Rango	Magnitud
0.01 a 0.20	Confiabilidad nula
0.21 a 0.40	Confiabilidad baja
0.41 a 0.60	Confiable
0.61 a 0.80	Muy confiable
0.81 a 1.00	Excelentemente confiable

Adaptado de: Criterios de George y Mallery (2003)

Fuente: Elaboración Propia

En este análisis se obtuvo por el programa estadístico de SPSS for Windows versión 22, donde se obtuvo un nivel de Confiabilidad de muy confiable con un Alpha de = 0.727. a información obtenida se exportará a la de datos por medio del programa SPSS 22, para la variable independiente.

3.5 Procedimientos

Para la recolección de datos en esta investigación, se gestionó preliminarmente a través de la dirección de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, el permiso para la aplicación virtual del cuestionario tipo Likert a sus colaboradores, con este fin se utilizó Google Formularios para generar la encuesta virtual cuyo enlace fue <http://bit.ly/EncuestaIE2041> y así poder aplicar el cuestionario en el cual se logró obtener el resultado de la mayoría de los colaboradores y a la otra parte de ellos se les realizó el cuestionario mediante video llamadas, ya que, al ser personas mayores no contaban con correo electrónico para realizar el formulario.

3.6 Método de análisis de datos

Para el análisis de los datos recolectados, se utilizó una matriz de datos para la tabulación de la información obtenida en la encuesta, así como la baremación de las respuestas en tres niveles, para la generación de tablas y gráficas de distribución de frecuencias para la presentación de los resultados en cifras.

La información obtenida se exporto a la de datos por medio del programa SPSS 22, para la variable independiente.

3.7 Aspectos Éticos

Para esta investigación se adquiere los principios éticos fundamentales, además se citará a los autores que se han tomado en cuenta con sus aportes teóricos y los antecedentes de estudios que se han utilizado para la investigación.

Por lo tanto, se dará a conocer la identidad de los colaboradores del estudio, para así no perjudicar la identidad.

IV. RESULTADOS

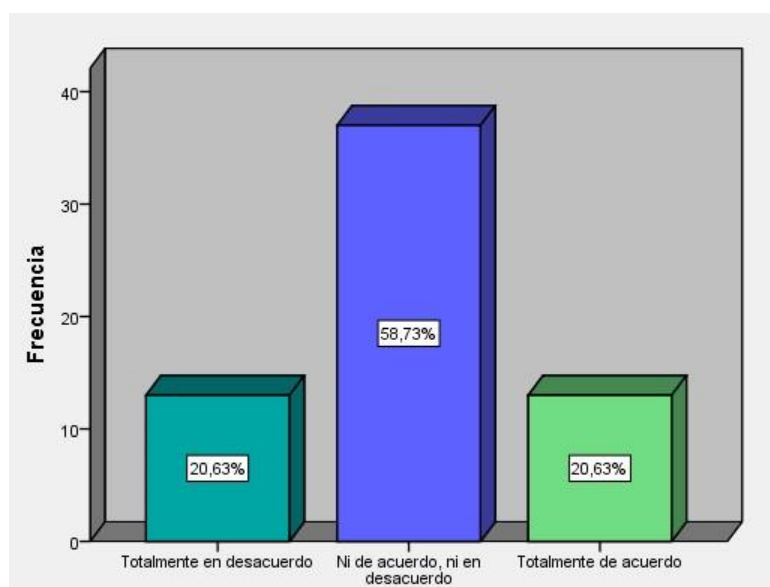
Análisis descriptivos

Tabla 4

Variable Comunicación institucional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	13	20,6	20,6	20,6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	37	58,7	58,7	79,4
Válido Totalmente de acuerdo	13	20,6	20,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Figura 1.



Fuente: resultados SPSS

En la tabla 3 y fig.1 se determinó la identificación de las características de la comunicación institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021, donde se obtuvo que hay un 58.73% que piensa que es un nivel “regular” debido que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que hay un 20.63% que piensa que es “deficiente”, ya que, no está totalmente de acuerdo.

Por ello, se analiza que el 58.73% de los colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041 tiene un factor “regular” que no está ni de acuerdo, ni en

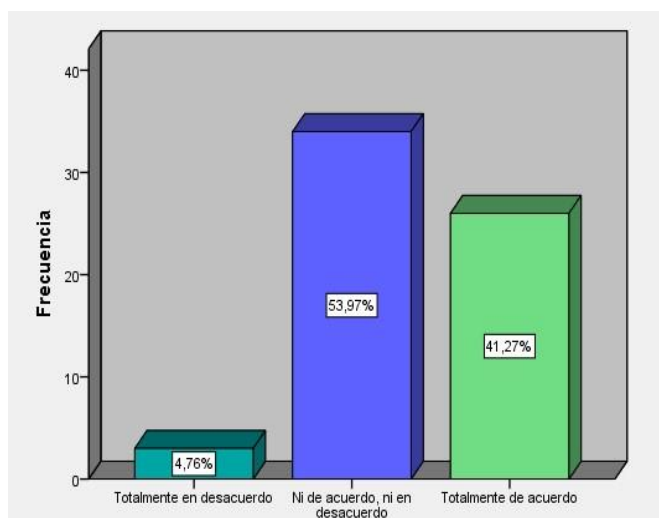
desacuerdo en determinar la comunicación institucional de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041 en colaboradores, Independencia, 2021.

Tabla 5

Variable Comunicación institucional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	4,8	4,8	4,8
Válidos Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	34	54,0	54,0	58,7
Totalmente de acuerdo	26	41,3	41,3	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Figura 2.



Fuente: resultados SPSS

En la tabla 4 y fig.2 se distinguió las características de la identidad institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021, donde se obtuvo que hay un 53.97% que piensa que es un nivel “regular” debido

que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que hay un 41.27% que piensa que es “deficiente”, ya que, no está totalmente de acuerdo.

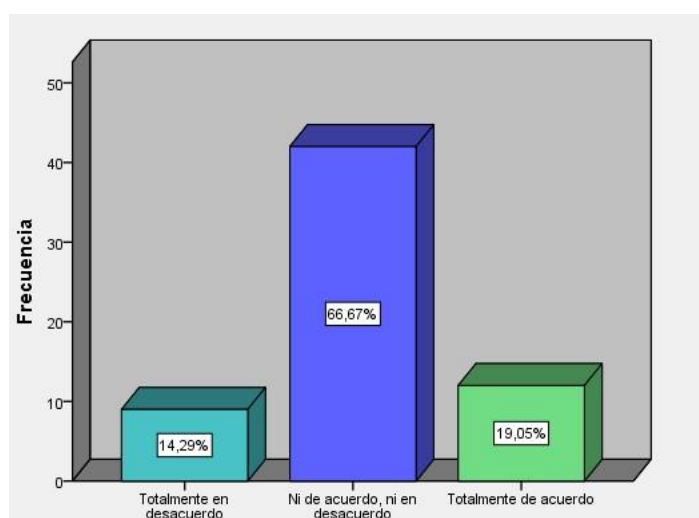
Por ello, se analiza que el 53.97% de los colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041 tiene un factor “regular” que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo en distinguir las características de la identidad en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021.

Tabla 6

Variable Comunicación institucional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	14,3	14,3	14,3
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	42	66,7	66,7	81,0
Totalmente de acuerdo	12	19,0	19,0	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Figura 3.



En la tabla 5 y fig.3 se diferenciaron las características de la cultura institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021, donde se obtuvo que hay un 66,67% que piensa que es un nivel “regular” debido que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que hay un 19,05% que piensa que es “deficiente”, ya que, no está totalmente de acuerdo.

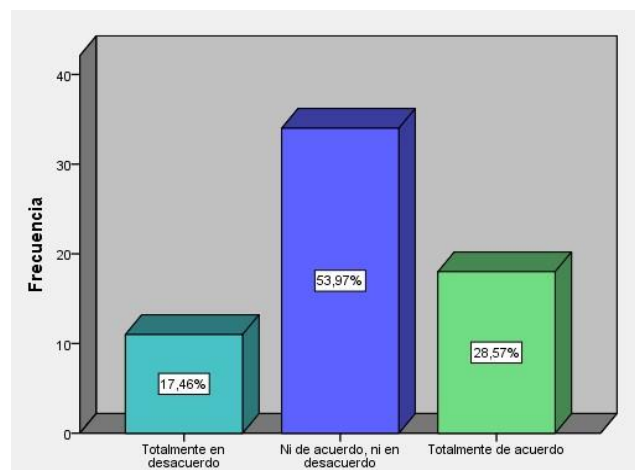
Por ello, se analiza que el 66,67% de los colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041 tiene un factor “regular” que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo en diferenciar las características de la cultura institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021.

Tabla 7

Variable Comunicación institucional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	17,5	17,5	17,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	34	54,0	54,0	71,4
Válidos Totalmente de acuerdo	18	28,6	28,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Figura 4.



En la tabla 6 y fig.4 se identificó las características del aprendizaje de herramientas en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021, donde se obtuvo que hay un 53,97% que piensa que es un nivel “regular” debido que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que hay un 28,57% que piensa que es “deficiente”, ya que, no está totalmente de acuerdo.

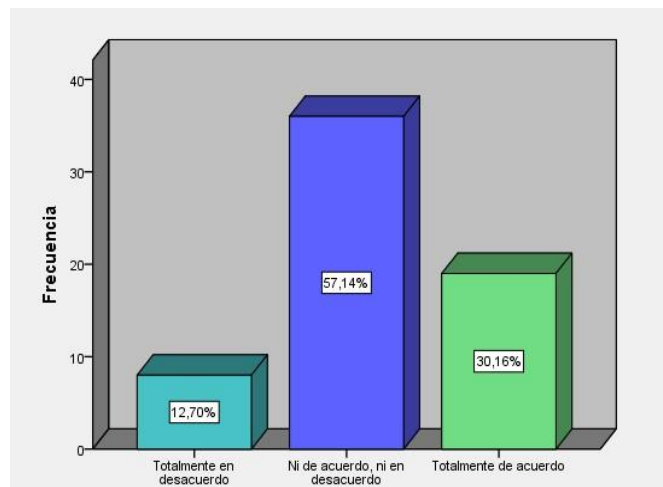
Por ello, se analiza que el 53,97% de los colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041 tiene un factor “regular” que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo en identificar las características del aprendizaje de herramientas en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021.

Tabla 8

Variable Comunicación institucional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	12,7	12,7	12,7
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	36	57,1	57,1	69,8
Válidos Totalmente de acuerdo	19	30,2	30,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Figura 5.



En la tabla 7 y fig.5 se reconoció las características de la comunicación de crisis en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021, donde se obtuvo que hay un 57,14% que piensa que es un nivel “regular” debido que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que hay un 30,16% que piensa que es “deficiente”, ya que, no está totalmente de acuerdo.

Por ello, se analiza que el 57,14% de los colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041 tiene un factor “regular” que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo en identificar las características de la comunicación de crisis en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021.

V. DISCUSIÓN

En cuanto al objetivo general, determinar las características de la comunicación institucional de la I.E Inca Garcilazo de la Vega en colaboradores, se encontró que los colaboradores perciben de manera regular la implementación de la comunicación institucional, ya que, les permitió integrarse y desenvolverse en la empresa lo cual favoreció a la coordinación de actividades y la comunicación más fluida entre colaboradores y directivos por ello se relaciona con la investigación de Loa, Marchena, Rivera y Rosales (2019), quienes señalan que la relación entre la comunicación institucional interna y la fidelización de estudiantes es positiva y moderada, indicando que la comunicación institucional busca una buena reputación reflejando la imagen positiva de la institución lo cual en la actualidad se ha vuelto indispensable para lograr los objetivos corporativos y mantener fidelizado a los públicos. Sin embargo, Tiaguaro (2018), refirió que a causa de la carencia tanto de un área especializada en comunicación, como de un profesional que dirija, la relación que existe entre el nivel interno y externo, precisará acciones para perfeccionar la comunicación institucional y así determinar sus características, ya que, son esenciales para tener y fortalecer la comunicación.

Así mismo, los resultados del objetivo general se discutieron con la teoría de la comunicación interna, la cual propone actividades que buscan mejorar el clima laboral de las instituciones, mejorando la comunicación, motivando a los colaboradores para lograr los objetivos en común y así alcanzarlas. En tal sentido, se coincidió con la teoría, en que existen razones para desarrollar y analizar la influencia de los procesos comunicacionales en una organización. Martín (1995) nos indica que la teoría de la comunicación interna busca gestionar los procesos de comunicación e involucrarse en ellos utilizando técnicas que permitan cumplir las metas propuestas, logrando así la eficacia de comprensión del mensaje al público indicado Así mismo Trelles (2016) indica que la comunicación interna busca generar un clima participativo y saludable entre los colaboradores que laboran en la institución a través de la comunicación que se les brinda mediante sus canales de difusión con la finalidad de que se integren y fidelicen con la institución.

En relación al primer objetivo específico, distinguir las características de la identidad institucional en los colaboradores de la I.E Inca Garcilazo de la Vega se obtuvo que los colaboradores distinguen de manera regular la identidad institucional, ya que, esta les transmite transparencia lo cual permite que se fidelicen con ella tomando en cuenta los colores de su institución y la buena percepción que tienen de ella. Por ello, Tamayo y Guerra (2017) mencionan en su investigación que las instituciones forman diferentes discursos para cada audiencia, debido a que busca una relación más estrecha para identificarse entre otros e idean estrategias modernas para la innovación las cuales son idóneas para identificarse con otras instituciones basándose en la percepción y el pensamiento de los colaboradores para lograr la identificación, la cual más adelante se refleja en sus acciones. Del mismo modo Cieza (2021) menciona que la identidad institucional se diferencia de la competencia gracias a los aportes únicos que ofrece cada colaborador, además busca responder a las preguntas esenciales de la empresa que son: ¿quiénes somos?, ¿que ofrecemos? y algunas más. Por ello, es indispensable que toda empresa trabaje en su identidad y así refleje su propia personalidad para destacar entre las demás.

En relación al segundo objetivo, diferenciar las características de la cultura institucional en la I.E Inca Garcilazo de la Vega, se obtuvo que los colaboradores indicaron que identifican la cultura institucional de manera regular en la institución, pues reconocen y tienen el conocimiento de ello, pero aún no se afianzan completamente debido a que los entornos en los que se involucran actualmente son virtuales. Calvo (2018) indicó en su investigación que cada organización posee, su propia cultura, normas, lenguaje, estilos de liderazgo y símbolos, que generan climas de trabajos propios de ellas, sustentando que la cultura se identifica por sostener a los grupos mencionados y que estas se deben de cumplir en una institución u organización para poder obtener una identidad y diferenciarse de las demás. También, el autor Loza (2018) menciona que la cultura organizacional en la comunicación interna trata de toda la comunicación que se realiza dentro de la organización, o sea, la comunicación que se lleva a cabo entre cada uno de los integrantes de la compañía, además hace referencia a los valores, las ideas y las normas que integran una organización, incluyendo su tipo o clase de estructura.

En el tercer objetivo específico, identificar las características del aprendizaje de herramientas en colaboradores de I.E Inca Garcilazo de la Vega, sostuvo que los colaboradores consideran de manera regular el aprendizaje de herramientas en la institución, ya que, la educación a distancia impulso a los colaboradores a emplear las herramientas tecnológicas para continuar con el aprendizaje y seguir formando a los estudiantes, es por ello que siguieron con las capacitaciones impartidas por la institución pero pocos de ellos lograron dominarla de manera total es por ello que no consideran de manera eficiente este campo. Estos resultados se contrastan con el de Martínez (2017) quien señala que el aprendizaje de herramientas que se usa como instrumento de apoyo es fundamental para aprender de nuevas herramientas porque la tecnología nos brinda varios beneficios. Esto aporta tanto a docentes, alumnos y otros asumiendo su aprendizaje para que el colaborador se pueda adaptar a ello y sobre todo aprender sobre nuevas herramientas y tener una comunicación para ayudar y trabajar en equipo buscando el bien colectivo entre todos. García y García (2021) indica que el aprendizaje de herramientas digitales nos trae beneficios como es el aprovechar de realizar diversas tareas en corto tiempo y muchas más, y sobre todo estos beneficios se reflejan en el ambiente educativo, ya que, las maneras de aprender y enseñar han cambiado. Es por ello, que los docentes implementaron nuevas metodologías de enseñanza con el apoyo de los aplicativos. En donde los docentes son los que asumen el reto de poder capacitarse constantemente para que acompañen a los alumnos a alcanzar las competencias que se les enseña.

En el cuarto objetivo específico, reconocer las características de la comunicación de crisis en colaboradores de la I.E Inca Garcilazo de la Vaga, se obtuvo que los colaboradores perciben regularmente la comunicación de crisis que brinda la institución, debido a que una crisis afecta de manera directa a la institución y esto compromete su relación tanto con el público interno como externo. Acerca de lo que señala Gallardo y Micaletto (2018) es que la comunicación institucional de crisis se fundamenta en la gestión de la imagen institucional. Por ende, la comunicación deberá defender las diferentes posturas del problema y, principalmente, la de una imagen puesta en tela de juicio en busca frenar una crisis que sirva para tener el control de la información y así no tener pérdidas de credibilidad, ni de la percepción de la imagen de la institución. Cornetero, Delgado y Gómez (2018) indica que es

muy importante que todas las instituciones y empresas en general cuenten con un plan de comunicación para poder hacer frente a los problemas que puedan surgir y no afectar negativamente a la imagen e identidad de la institución.

VI. CONCLUSIONES

Con relación a nuestra investigación se mostrarán los resultados finales que serán los resultados del objetivo general y específicos, así mismo, podemos concluir que:

Primero. En relación al objetivo general se concluyó que, las características de la comunicación institucional fueron distinguida en ocasiones, debido a que el manejo de la comunicación que se brinda en la institución educativa I.E Inca Garcilaso de la vega, es responsable del vínculo que se pueda generar con los colaboradores para incentivarlos a cumplir los objetivos en común que se tienen como institución.

Segundo. En relación al primer objetivo específico se concluyó que, el reconocimiento de la identidad institucional fue percibido de manera íntegra, debido a que la identidad que se percibe en la institución genera una buena interacción y transparencia hacia los colaboradores, quienes se identifican con la institución representándolo con los colores institucionales propios del plantel educativo.

Tercero. En relación al segundo objetivo específico se concluyó que, el reconocimiento de la cultura institucional fue percibido de manera metódico, debido a que la cultura institucional se formó de manera implícita en los colaboradores haciendo que adopten sus valores y costumbres para que se integren a la institución y aporten sus conocimientos con confianza en ella.

Cuarto. En relación al tercer objetivo específico se concluyó que, el reconocimiento del aprendizaje de herramientas fue considerado de manera parcial, debido a que las adaptabilidades digitales y capacitaciones se percibe como aceptable de parte de la institución a fortalecer la comunicación por nuevas herramientas, la cual mejoraría la relación de los

colaboradores y aportaría en su crecimiento profesional, brindándoles capacitaciones que faciliten las actividades que realizan de manera remota.

Quinto. En relación al cuarto objetivo específico se concluyó que, el reconocimiento de la comunicación de crisis fue percibido de manera conjunta, debido que la institución mediante la crisis trato de adaptarse a las páginas web, brindando un fácil acceso para mayor flexibilidad de herramientas e información de apoyo a los colaboradores de la I.E Inca Garcilaso de la Vega usando el plan de comunicación que desarrollaron siguiendo los parámetros de la comunicación de crisis.

VII. RECOMENDACIONES

En esta investigación se propondrá sugerencias de los resultados que se obtuvieron del objetivo general y específicos determinando lo siguiente:

Primera. Los colaboradores de la I.E Inca Garcilaso de la Vega deben reforzar un poco más su comunicación institucional para formar un entorno organizacional internos y externos, que serán fortalecidos en su comunicación que existe entre ellos.

Segundo. Se recomienda que, la identidad institucional en la I.E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041 en colaboradores deben ser incrementado para el reconocimiento de distinguir su imagen entre otras identidades institucional, ya que, esto formara una identidad única o grupal.

Tercero. Se recomienda que, la cultura institucional en la en la I.E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041 en colaboradores deben diferenciarse al mostrar su cultura a otros, para que sea percibido por las otras organizaciones por sus valores, tradiciones, normas, lenguaje, estilos de liderazgo, símbolos, que generan climas de trabajos propios de ellas.

Cuarta. Se recomienda que, el aprendizaje de herramientas en la en la I.E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041 en colaboradores deben ser identificados para tener una adaptabilidad digital con cada herramienta que desarrolle las comunicaciones entre ello.

Quinta Se recomienda que, la comunicación de crisis en la I.E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041 en colaboradores deben ser reconocidos para tener planes estratégicos que sean de ayuda en lo internos como externos para cuidar su imagen mediante una comunicación de crisis que estén sobrellevando y actuar de manera inmediata.

REFERENCIAS

Adonis, C. y Silindo, F. (2021). "Institutional culture and transformation in higher education in post-1994 South Africa: a critical race theory analysis". *Critical African Studies*. Vol. 13 (1), 73-94.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21681392.2021.1911448>

Agurto, K. (2017). "*Manejo de la comunicación institucional en situaciones de crisis en la Universidad internacional del Ecuador y Universidad católica de Santiago de Guayaquil*". [Tesis de Licenciatura, Universidad Casa Grande]. Repositorio Institucional – Universidad Casa Grande.

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1328>

Aquino, G. (2018). "*Estrategias de Comunicación y Organización Institucional en la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea: evolución y retos en la comunicación interna y comunicación externa a través de la Oficina de Comunicación (2012-2017)*". [Tesis de Doctorado Universidad del País Vasco]. Repositorio institucional - Universidad del País Vasco.

<https://addi.ehu.es/handle/10810/32183>

Arvidsson, R. (2019). On the use of ordinal scoring scales in social life cycle assessment. *SpringerLink*. Vol. 24 (4), 604-606.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11367-018-1557-2>

Biosci. J. (2018). Type research basic. *International network for natural sciences*. Vol.18 (4), 159-163.

<https://innspub.net/types-of-scientific-research/>

Cieza, M. (2021). "Programa de estrategias de gestión institucional para mejorar la identidad institucional en los docentes del nivel primario de la I.E. N° 10075 – Caserío Pampa La Victoria, distrito de Patapo-2012" [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio institucional – Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

<https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/9206>

Cornetero, Y. y Delgado, B. (2018). "*Aplicación de estrategia de comunicación digital para la gestión de la imagen institucional de instituciones públicas: estudio de caso del fan page de la PNP durante el período 2015 – 2017*". [Tesis de Licenciamiento, Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional – Universidad Católica del Perú.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12336>

Elkalliny, S. (2017). "*Effective institutional communication within the framework of institutional learning and its applications in educational institutions*". [Tesis de Licenciamiento, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio institucional – Universidad Nacional de Chimborazo.

<http://www.socialsciencejournal.in/archives/2017/vol3/issue9/3-8-19>

Erba, J. (2017). Sampling methods and sample populations in quantitative mass communication research studies: a 15-year census of six journals. *Taylor&Francis Online*. Vol. 35 (1), 42-47.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08824096.2017.1362632?journalCode=rcrr20>

García, J. y García, S. (2021). Uso de herramientas digitales para la docencia en España durante la pandemia COVID-19. *Revista Española De Educación Comparada*, (38), 151–173.

<http://revistas.uned.es/index.php/REEC/article/view/27816>

Garg, R. (2016). *Methodology for research. Indian Journal of Anaesthesia*. Vol. 60 (9), 640-645.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5037944/>

Gómez, J. (2017). “*La comunicación institucional de la Casa Real española para la sociedad de la información*”. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio institucional - Universidad Complutense de Madrid.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=127821>

Gonzales, I. (2019). “Portales Web educativos”. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. Repositorio institucional - Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/4582/PORTALES%20WEB%20EDUCATIVOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Granziera, H. y Perera, H. (2019). “Relations among teachers’ self-efficacy beliefs, engagement, and work satisfaction: A social cognitive view”. *ScienceDirect*. Vol. 58 (1), 75-84.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0361476X17301911>

Gregersen, M. y Johansen, T. (2018). “Corporate visual identity: exploring the dogma of consistency”. *Corporate Communications: An International Journal*. Vol. 23 (3), 20-29.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/CCIJ-10-2017-0088/full/html>

- Heale, R. y Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-Based Nursing*. Vol. 18 (22), 66-67.
<https://ebn.bmj.com/content/18/3/66>
- Jimenez, K., Sánchez, S. & Rodriguez, J. (2021). Incidencia de la comunicación interna en la identidad institucional del docente de la Universidad Politécnica Salesiana. *Revista virtual universidad Católica del Norte*. Vol. 1(63), 94-125.
<https://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=9&sid=f06fcce0-de6c-431f-aa7a-2529a0356b9e%40sdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=fua&AN=149540510>
- Juniaidah, A. (2021). Elements of Work Environment In The Construct Of Special Education Teacher Workload In Malaysia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*. Vol. 12 (11), 123-222.
<https://www.turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/6744>
- Laseinde T., Oluwafemi I., Pretorius J. y Oluwafemi J. (2020) The Impact of Work Environment in Concurrence to Productivity in Higher Institutions. *SpringerLink*. Vol 970 (9), 309-320.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-20145-6_31
- Loa, W. y Marchena, V. (2019). “Comunicación institucional interna y fidelización en estudiantes del quinto de secundaria N° 0025 San Martín de Porres, Ate 2019”. [Tesis de Bachiller, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/50544>
- Mardiana, H. (2020). Adaptability To Technological Change And Its Impact On The Teaching Process. *Indonesian of educational Journal*. Vol. 9 (2), 15-18.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPI/article/view/24595>

- Mellor, S. (2019). "Confidence at Work and Individualism-Collectivism: An Empirical Demonstration of the Distinctiveness of American Union Employees". *SpringerLink*. Vol. 38 (2), 542-555.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-017-9636-2>
- Madero, S. y Oliva, M. (2016). Analysis of issues of organizational behavior in young adults starting of their work career. *Análise de questões de comportamento organizacional em adultos jovens a partir da sua carreira de trabalho. Estudos Gerenciais*. Vol. 32 (138), 51,59.
<https://www.redalyc.org/journal/212/21244782005/>
- Mateus, C. (2016). Theory of Organizational Behavior. *Investopedia*. Vol. 28 (12), 16-23.
- Monzón, S. (2020). "*Gestión de la comunicación institucional en la Dirección Regional de Trabajo sede Chimbote, 2017 - 2020*". [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Santa]. Repositorio institucional – Universidad Nacional del Santa.
<http://repositorio.uns.edu.pe/handle/UNS/3669>
- Mendoza, E. (2017). "*Características internas de la comunicación institucional que inciden en el clima laboral de la biblioteca municipal de Trujillo*". [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional – Universidad Privada del Norte.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12404>
- Olave, S. (2020). Review of the concept of teacher professional identity. *Revista Innova Educación*, 2 (3), 1-16.

Oviedo, N. (2018). “Comunicación organizacional y clima institucional en la Institución Educativa “Túpac Amaru” de Huayanay, Santa Ana, La Convención, 2018.”. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César Vallejo.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/33560>

Pakhmova, T. (2020). “Information technologies and teaching aids for distance learning in educational institutions under quarantine”. *Universal journal of educational research*. Vol. 8 (11), 69-76.

https://www.academia.edu/44665776/Information_Technologies_and_Teaching_Aids_for_Distance_Learning_in_Educational_Institutions_under_Quarantine

Peraza, M. (2018). “Sistema de Gestión comunicacional para el mejoramiento de la comunicación organizacional interna y formal del colegio Class IED”. [Tesis de Maestría, Universidad Libre]. Repositorio institucional - Universidad del Libre.

<https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/15952>

Pineda, A. (2020). “Organizational Communication In Business Management: Challenges And Opportunities In The Digital Scenario”. *Revista GEON*. Vol. 7(1), 9-25.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7828548>

Ravasi, D. (2016). “Organizational identity, culture and image”. *Oxford Handbooks Online. Scholarly Research Reviews*. Vol 1 (5), 2-8.

https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=PVn0DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA65&dq=%E2%80%9COrganizational+identity,+culture+and+image%E2%80%9D.&ots=v9QNC6CRUV&sig=LX_xaSl8ITmnNiPnVmVpgXSZVok#v=onepage&q=%E2%80%9COrganizational%20identity%2C%20culture%20and%20image%E2%80%9D.&f=false

- Rasha, S. y Sobeih, Y. (2020). "Institutional Brand Reputation Management within the Higher Education Institutes". *Central and Eastern European Online Library*. Vol. 8 (4), 319-322.
<https://www.ceeol.com/search/chapter-detail?id=885805>
- Rust, J. (2019). "Institutional Identity". *Journal of Social Ontology*. Vol. 5 (1), 13,34.
<https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/institutional-identity>
- Sawsan, A. y Jaradat, R. (2018). Clarification of research design, research methods, and research methodology: A guide for public administration researchers and practitioners. *Sage Journals*. Vol.36 (3), 237-258.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0144739418775787>
- Segura, A., Piñeiro, V., & Moreira, C. (2020). Metodología para evaluar la comunicación institucional en sitios web universitarios. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(3), 1217-1228.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/65418>
- Tamayo, A. y Guerra, A. (2017). "La comunicación institucional y la imagen corporativa en el GAD Parroquial Belisario Quevedo". [Tesis de Licenciamiento, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional – Universidad Técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/26879>
- Tantaleán, L. y López, O. (2017). El monitoreo pedagógico en el desempeño profesional docente. *Revista científica a de opinión y divulgación*, Vol. 1 (11), pag.1-12.
<https://raco.cat/index.php/DIM/article/view/306806>

Tardío, v. y Alvarez, C. (2018). Análisis de las páginas Web de los centros públicos de educación secundaria de Cantabria. *Revista Iberoamericana sobre calidad eficacia y cambio en educación*. Vol. 16(3), 49-64.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/551/55160077003/55160077003.pdf>

Tejada, J. y Pozos, K. (2018). Nuevos escenarios y competencias digitales docentes: Hacia la profesionalización docente con TIC. *Definiendo la Profesionalización Docente desde Diversas Miradas*. Vol. 22(1), 25-51.

<https://revistaseug.ugr.es/index.php/profesorado/article/view/9917>

Thelen, P. y Robinson, K. (2019). Crisis Communication in Institutions of Higher Education: Richard Spencer at the University of Florida. *Communication Quarterly*. Vol. 67 (4), 444-476.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01463373.2019.1616586?journalCode=rcqu20>

Tiaguaro, E. (2018). “*La comunicación institucional y el fortalecimiento de la imagen corporativa del gobierno autónomo descentralizado de Mocha, periodo marzo-agosto 2017*”. [Tesis de Licenciamiento, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio institucional – Universidad Nacional de Chimborazo.

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4870#:~:text=fortalecer%20su%20imagen.,La%20Comunicaci%C3%B3n%20Institucional%20y%20el%20fortalecimiento%20de%20la%20imagen%20corporativa,que%20utiliza%3B%20la%20relaci%C3%B3n%20entre>

- Turpo, J. y Jaimes, D. (2017). Estudio de los vínculos entre cultura organizacional y calidad de los servicios educativos en la imagen institucional de una universidad privada confesional. *Apuntes Universitarios*, 7(1), 97-116.
<https://apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe/index.php/revapuntes/article/view/203>
- Velasco, A. (2002). *“Importancia de la cultura organizacional como factor determinante de actitudes manifestadas por docentes en las escuelas públicas de nivel primaria.”*. [Tesis de Maestría, Instituto tecnológico y de estudios superiores de Monterrey]. Repositorio institucional – Instituto tecnológico y de estudios superiores de Monterrey.
<https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/628838/EGE0000002783.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villareal, S., Garcia, J., Hernandez, H. y Steffens, E. (2019). Competencias Docentes y Transformaciones en la Educación en la Era Digital. *Formación Universitaria*. Vol. 12(6), 3-14.
<https://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=22&sid=f06fcce0-de6c-431f-aa7a-2529a0356b9e%40sdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=141060078&db=fua>
- Ziliani, C. (2019). Retail Promotional Communication: The Comparative Effectiveness of Print Versus Online. *SpringerLink*. Vol. 8 (5), 225-249.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-98273-1_10#:~:text=Findings%20indicate%20that%2080%25%20of,a%20higher%20response%20to%20print

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	Indicadores	METODOLOGÍA	
Comunicación institucional	Argota (2016) menciona en su Modelo de Gestión Integral de la Comunicación Institucional que las variables imagen, identidad, cultura, comunicación promocional y comunicación de crisis. Tienen como objetivos en este método posicional la imagen, lograr la cultura organizacional, busca elevar la competitividad, fidelizar, calidad e identificar las potenciales de entidad y amenaza en su entorno.	De acuerdo a nuestra definición de la variable se utiliza la teoría de la comunicación interna. Que darán lugar a la construcción de un instrumento de recolección de datos (Escala de Likert de 20 ítems).	Identidad institucional	Identidad Visual	Enfoque: Cuantitativo	
				Identidad Organizacional		Diseño de investigación: No Experimental
				Identidad Personal		
			Cultura institucional	Satisfacción	Tipo de investigación: Básica	
				Confianza		
				Clima laboral		
			Aprendizaje de herramientas	Adaptabilidad digital	Nivel de investigación: Descriptivo	
				Capacitación		
			Comunicación de crisis	Página Web	Alcance temporal: Transaccional o transversal	
				Fácil Acceso		Escala de medición: Escala de Likert

Anexo 2

Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVO	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cómo se presenta las características de la comunicación institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cómo determinar las características de la identidad institucional en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021?</p> <p>¿Cómo determinar las características de la cultura institucional en colaboradores de la I. E</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar las características de la comunicación institucional en colaboradores de la I.E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Distinguir las características de la identidad institucional en colaboradores de la I.E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021.</p> <p>Diferenciar la caracterización de la cultura institucional en colaboradores de la I.E Inca</p>	<p>Variable independiente</p> <p>Comunicación Institucional</p> <p>1.Dimensión</p> <p>Identidad institucional</p> <p>2.Dimensión</p> <p>Cultura institucional</p> <p>3.Dimensión</p> <p>Aprendizaje de herramientas</p> <p>4.Dimensión</p> <p>Comunicación de Crisis</p> <p>Indicadores (1.D)</p>	<p>Diseño de investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Tipo de investigación:</p> <p>Básica</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptivo</p>

<p>Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021?;</p> <p>¿Cómo determinar las características del aprendizaje de herramientas en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021?;</p> <p>¿Cómo determinar las características de la Comunicación de crisis en colaboradores de la I. E Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021?</p>	<p>Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021.</p> <p>Identificar las características del aprendizaje de las herramientas en los colaboradores de la I.E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021</p> <p>Reconocer las características de la comunicación de crisis en colaboradores de la I.E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021.</p>	<p>Identidad Visual</p> <p>Identidad Organizacional</p> <p>Identidad Personal</p> <p>Indicadores (2.D)</p> <p>Satisfacción</p> <p>Confianza</p> <p>Clima Laboral</p> <p>Indicadores (3.D)</p> <p>Adaptabilidad digital</p> <p>Capacitación</p> <p>Indicadores (4.D)</p> <p>Página Web</p> <p>Fácil Acceso</p>	
---	--	--	--

Anexo 3

Matriz de la prueba piloto

N°	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20
1	5	5	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	3	4
3	5	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3
5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2
6	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	2	2	4
7	4	3	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4
8	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5
9	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4
10	4	5	4	4	4	4	4	3	2	5	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4
11	5	4	5	4	2	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4
12	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	2	3	4	3	4	3	2	3	4	4
13	5	5	5	4	2	4	5	4	4	5	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5
14	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	4	4
15	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4	4	4	4	3
16	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	2	4	5	4
17	5	5	3	3	4	2	4	4	2	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5
18	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	2	4	5	4
19	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4
20	5	4	5	3	4	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4

Análisis de fiabilidad

[Conjunto_de_datos0]

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Estadísticos de fiabilidad

Resumen del procesamiento de los casos		N	%
Casos Válidos		10	100,0
Excluidos ^a		0	,0
Total		10	100,0

Alfa de Cronbach	N de elementos
,727	20

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Anexo 4

Matriz de la base de datos

VARIABLE	V1: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL																				TOTAL D1 IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Rango	TOTAL D2 CULTURA INSTITUCIONAL	Rango
	IDENTIDAD INSTITUCIONAL					CULTURA INSTITUCIONAL					DIFUSIÓN PROMOCIÓN					COMUNICACIÓN EN CRISIS								
Dimensión	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				
1	5	5	5	3	3	4	3	3	3	5	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	24	2	26	2
2	5	5	5	3	3	4	3	3	3	5	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	23	2	22	2
3	5	5	5	3	3	4	3	3	3	5	5	5	3	5	4	4	5	2	4	4	25	3	24	2
4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	5	24	2	22	2
5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	21	1	25	2
6	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	19	1	23	2
7	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	5	5	5	19	1	24	2
8	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	2	4	3	3	3	5	23	2	24	2
9	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	24	2	27	3
10	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	22	2
11	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	25	3	24	2
12	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	24	2	30	3
13	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	2	26	3	23	2
14	3	4	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	5	2	24	2	24	2
15	3	5	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	25	3	19	1
16	5	4	2	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	23	2	22	2
17	4	3	3	4	4	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	24	2	30	3
18	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	26	3	23	2
19	3	4	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	5	2	4	24	2	24	2
20	3	5	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	25	3	20	1
21	5	4	2	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	5	5	23	2	24	2
22	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	3	4	5	24	2	28	3
23	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	25	3	25	2
24	3	4	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	24	2	24	2
25	3	5	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	5	5	25	3	21	1
26	5	4	2	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	4	5	23	2	22	2
27	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	3	4	5	24	2	23	2
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	26	3	23	2
29	3	4	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	5	2	4	24	2	19	1
30	3	5	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	25	3	24	2
31	5	4	2	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	3	5	23	2	22	2
32	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	24	2	20	1
33	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	26	3	23	2
34	3	4	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	2	5	3	4	3	4	24	2	19	1
35	3	5	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	5	4	25	3	24	2
36	5	4	2	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	23	2	22	2
37	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	28	3	30	3
38	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	24	2	30	3
39	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	2	5	3	4	3	4	23	2	22	2
40	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	5	5	25	3	18	1
41	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	24	2	20	1
42	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	26	3	23	2
43	3	4	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4	5	4	4	24	2	19	1
44	3	5	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	5	2	5	3	4	3	5	25	3	24	2
45	5	4	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	3	5	22	2	22	2
46	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	27	3	27	3
47	5	5	4	4	3	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	25	2	26	2

Anexo 5

Validez del instrumento

Instrumento de recolección de datos Cuestionario

Gracias por participar de este cuestionario. Ayúdame a determinar la caracterización de la comunicación institucional.

✦IMPORTANTE:

☞ Las respuestas son anónimas.

☞ Debes finalizar el cuestionario.

Muchas gracias por tus respuestas

*Obligatorio

Escala				
1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni acuerdo ni en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

Dimensiones	Indicadores	Ítems
Identidad institucional	Identidad visual	1. Muestra identificación con el logotipo de su institución
		2. Muestra identificación con los colores institucionales
	Identidad organizacional	3. Participa de las actividades y reuniones de la institución.

		4. Conoce la visión y misión de la empresa
	Identidad personal	5. Los encargados de la institución tienen en cuenta la opinión de sus colaboradores.
		6. Los colaboradores de la institución componen equipos para defender intereses individuales.
Cultura institucional	Satisfacción	7. Se siente satisfecho con la tradición de la institución educativa donde trabaja.
		8. Considera que su aporte es valorado por la institución.
	Confianza	9. Está a gusto con el ambiente cultural que imparte la institución
		10. Tiene confianza al brindar sus aportes a la institución.

	Clima Laboral	11. Considera que el ambiente laboral es colaborativo al trabajar en grupo.
		12. Considera que tus opiniones contribuye a fortalecer el clima institucional y de los demás colaboradores
Comunicación Promocional	Adaptabilidad Digital	13 La institución capacita a sus colaboradores para que se adapten al uso de nuevas plataformas digitales.
		14. La institución ha adaptado las consultas de los padres de familia y educandos a las plataformas digitales
	Capacitación	15. Consideras que la institución desarrolla aprendizajes significativos en tiempos de crisis como la del Covid-19.
		16. Los encargados de la institución promueven aprendizajes utilizando las plataformas digitales.
Comunicación de crisis	Página Web	17. Con la plataforma digital, Perú Educa, que utiliza la I.E. Inca Garcilaso de la Vega, está de Ud.

		18. El uso de la plataforma digital que utiliza la I.E. para comunicarse con los colaboradores, para Ud. es
	Fácil Acceso	19. La plataforma digital que hace uso la I.E. es de fácil acceso. Ud. Está de acuerdo con este planteamiento
		20. La comunicación entre los colaboradores y los padres de familia es fluido y accesible. Para Ud. Este planteamiento es

Anexo 6

Tabla de Validadores

Validador 1

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Identidad Institucional							
1	Muestra identificación con el logotipo de su institución	X		X		X		
2	Muestra identificación con los colores institucionales	X		X		X		
3	Participa de las actividades y reuniones de la institución.	X		X		X		
4	Conoce la visión y misión de la institución.	X		X		X		
5	Los encargados de la institución tienen en cuenta la opinión de sus colaboradores.	X		X		X		
6	Los colaboradores de la institución componen equipos para defender intereses individuales.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Cultura Institucional							
7	Se siente satisfecho con la tradición de la institución educativa donde trabaja.	X		X		X		
8	Considera que su aporte es valorado por la institución.	X		X		X		
9	Está a gusto con el ambiente cultural que imparte la institución	X		X		X		
10	Tiene confianza al brindar sus aportes a la institución.	X		X		X		
11	Considera que el ambiente laboral es colaborativo al trabajar en grupo.	X		X		X		
12	Considera que tus opiniones contribuyen a fortalecer el clima institucional y de los demás colaboradores.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Comunicación Promocional							
13	La institución capacita a sus colaboradores para que se adapten al uso de nuevas plataformas digitales	X		X		X		
14	La institución ha adaptado las consultas de los padres de familia y educandos a las plataformas digitales.	X		X		X		

15	Consideras que la institución desarrolla aprendizajes significativos en tiempos de crisis como la del Covid-19.	X		X		X	
16	Los encargados de la institución promueven aprendizajes utilizando las plataformas digitales	X		X		X	
DIMENSIÓN 4: Comunicación en crisis		Si	No	Si	No	Si	No
17	Con la plataforma digital, Perú Educa, que utiliza la I.E. Inca Garcilaso de la Vega, está de Ud.	X		X		X	
18	El uso de la plataforma digital que utiliza la I.E. para comunicarse con los colaboradores, para Ud. es	X		X		X	
19	La plataforma digital que hace uso la I.E. es de fácil acceso. Ud. Está de acuerdo con este planteamiento	X		X		X	
20	La comunicación entre los colaboradores y los padres de familia es fluido y accesible. Para Ud. Este planteamiento es	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []
 Apellidos y nombres del juez validador. **DR. DAVID FREDY VILLA CALDERÓN** DNI: 06585551
 Especialidad del validador: Ciencias de la Educación

Los Olivos, 11 de setiembre del 2021



Dr. David Fredy Villa Calderón

Validador 2

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Identidad Institucional								
1	Muestra identificación con el logotipo de su institución	X		X		X		
2	Muestra identificación con los colores institucionales	X		X		X		
3	Participa de las actividades y reuniones de la institución.	X		X		X		
4	Conoce la visión y misión de la institución.	X		X		X		
5	Los encargados de la institución tienen en cuenta la opinión de sus colaboradores.	X		X		X		
6	Los colaboradores de la institución componen equipos para defender intereses individuales.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Cultura Institucional								
7	Se siente satisfecho con la tradición de la institución educativa donde trabaja.	X		X		X		
8	Considera que su aporte es valorado por la institución.	X		X		X		
9	Está a gusto con el ambiente cultural que imparte la institución	X		X		X		
10	Tiene confianza al brindar sus aportes a la institución.	X		X		X		
11	Considera que el ambiente laboral es colaborativo al trabajar en grupo.	X		X		X		
12	Considera que tus opiniones contribuye a fortalecer el clima institucional y de los demás colaboradores.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Comunicación Promocional								
13	La institución capacita a sus colaboradores para que se adapten al uso de nuevas plataformas digitales	X		X		X		
14	La institución ha adaptado las consultas de los padres de familia y educandos a las plataformas digitales.	X		X		X		

15	Consideras que la institución desarrolla aprendizajes significativos en tiempos de crisis como la del Covid-19.	X		X		X	
16	Los encargados de la institución promueven aprendizajes utilizando las plataformas digitales	X		X		X	
DIMENSIÓN 4: Comunicación en crisis		Si	No	Si	No	Si	No
17	Con la plataforma digital, Perú Educa, que utiliza la I.E. Inca Garcilaso de la Vega, está de Ud.	X		X		X	
18	El uso de la plataforma digital que utiliza la I.E. para comunicarse con los colaboradores, para Ud. es	X		X		X	
19	La plataforma digital que hace uso la I.E. es de fácil acceso. Ud. Está de acuerdo con este planteamiento	X		X		X	
20	La comunicación entre los colaboradores y los padres de familia es fluido y accesible. Para Ud. Este planteamiento es	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Ninguna, instrumento listo para aplicar.

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

Apellidos y nombres del juez validador. **MG. GILSA CAROLINA LISBOA ECHEVERRE.**

DNI: 43767281

Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación

Los Olivos, 15 de setiembre del 2021



MG. GILSA CAROLINA LISBOA ECHEVERRE.

Validador 3

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Identidad Institucional		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Muestra identificación con el logotipo de su institución	X		X		X		
2	Muestra identificación con los colores institucionales	X		X		X		
3	Participa de las actividades y reuniones de la institución.	X		X		X		
4	Conoce la visión y misión de la institución.	X		X		X		
5	Los encargados de la institución tienen en cuenta la opinión de sus colaboradores.	X		X		X		
6	Los colaboradores de la institución componen equipos para defender intereses individuales.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Cultura Institucional		Si	No	Si	No	Si	No	
7	Se siente satisfecho con la tradición de la institución educativa donde trabaja.	X		X		X		
8	Considera que su aporte es valorado por la institución.	X		X		X		
9	Está a gusto con el ambiente cultural que imparte la institución	X		X		X		
10	Tiene confianza al brindar sus aportes a la institución.	X		X		X		
11	Considera que el ambiente laboral es colaborativo al trabajar en grupo.	X		X		X		
12	Considera que tus opiniones contribuye a fortalecer el clima institucional y de los demás colaboradores.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Comunicación Promocional		Si	No	Si	No	Si	No	
13	La institución capacita a sus colaboradores para que se adapten al uso de nuevas plataformas digitales	X		X		X		
14	La institución ha adaptado las consultas de los padres de familia y educandos a las plataformas digitales.	X		X		X		

15	Consideras que la institución desarrolla aprendizajes significativos en tiempos de crisis como la del Covid-19.	X		X		X	
16	Los encargados de la institución promueven aprendizajes utilizando las plataformas digitales	X		X		X	
DIMENSIÓN 4: Comunicación en crisis							
		Si	No	Si	No	Si	No
17	Con la plataforma digital, Perú Educa, que utiliza la I.E. Inca Garcilaso de la Vega, está de Ud.	X		X		X	
18	El uso de la plataforma digital que utiliza la I.E. para comunicarse con los colaboradores, para Ud. es	X		X		X	
19	La plataforma digital que hace uso la I.E. es de fácil acceso. Ud. Está de acuerdo con este planteamiento	X		X		X	
20	La comunicación entre los colaboradores y los padres de familia es fluido y accesible. Para Ud. Este planteamiento es	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. **Mg. Luna Victoria Cabrera Hilmer Andrés**

DNI: 40625049

Especialidad del validador: Ciencias de la Educación

Los Olivos, 11 de setiembre del 2021



Mg. Luna Victoria Cabrera Hilmer Andrés

Anexo 6

Solicitud de permiso



Independencia ,2021.

Asunto: Permiso para la realización de un trabajo de investigación

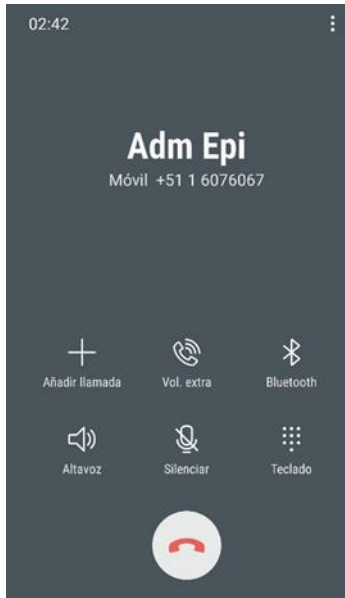
Yo Rocío Del Pilar Vásquez Espinoza con el cargo de directora de la I.E. INCA GRACILASO DE LA VEGA N°2041 ubicado en el distrito de Independencia , identificado con DNI N° 07173139, autorizo el permiso para las alumnas Yelitza Yemina Burga Vega y Gloria Anccori Ramos del X ciclo de la Universidad Cesar Vallejo, utilice el nombre de la institución Educativa para la culminación de su trabajo de tesis titulado: "Características de la comunicación institucional en colaboradores de la I.E Inca Garcilaso de la Vega N°2041, Independencia, 2021" Trabajo de investigación que se realizará con el objetivo que las alumnas Yelitza Yemina Burga Vega y Gloria Anccori Ramos logre obtener el grado LICENCIATURA en la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación.

Atentamente.

Mg. Rocío del Pilar Vásquez Espinoza
DIRECCIÓN
I.E. 2041 INCA GRACILASO DE LA VEGA

Anexo 7

Evidencias





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VILLA CALDERON DAVID FREDY, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Características de la comunicación institucional en colaboradores de la I.E. Inca Garcilaso de la Vega N° 2041, Independencia, 2021", cuyos autores son BURGA VEGA YELITZA YEMINA, ANCCORI RAMOS GLORIA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido 18.00%, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 02 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VILLA CALDERON DAVID FREDY DNI: 06585551 ORCID 0000-0002-7115-6614	Firmado digitalmente por: DVILLAC el 02-12-2021 18:27:46

Código documento Trilce: TRI - 0203378