



UNIVERSIDAD NACIONAL

SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y

DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN DIGITAL INTERNA E IDENTIFICACIÓN

INSTITUCIONAL DE LOS TRABAJADORES DE LA I.E. N° 86349

REPÚBLICA DE HONDURAS, CHAVÍN DE HUÁNTAR, ÁNCASH- 2021.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTADO POR:

Bach. AMAYA CABELLO, Yosselin Yudith

Bach. INTI CORAL, Omar Efrén

ASESOR:

Mg. MONTALVO CÁRDENAS, Jim Leopoldo

HUARAZ, PERÚ

2022





ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huaraz, siendo las 11: 00 horas del día lunes 20 de marzo de 2023, se reunieron los Miembros del Jurado de Sustentación de Tesis en acto público en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo para evaluar la defensa de la tesis presentada por los bachilleres:

Nombre(s) y apellidos	Carrera profesional
<ul style="list-style-type: none">• Yosselin Yudith AMAYA CABELLO• Omar Efrén INTI CORAL	Ciencias de la comunicación

TÍTULO DE LA TESIS:

COMUNICACIÓN DIGITAL INTERNA E IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL DE LOS TRABAJADORES DE LA I. E. N° 86349 REPÚBLICA DE HONDURAS, CHAVÍN DE HUANTAR, ANCASH -2021

Después de haber escuchado la sustentación y las respuestas a las preguntas formuladas por el Jurado, se les declara aptos para optar el Título de Licenciados en Ciencias de la Comunicación.

- Con el calificativo de (14) con force a la Bach. Yosselin Yudith AMAYA CABELLO
- Con el calificativo de (14) con force al Bach. Omar Efrén INTI CORAL

En consecuencia, los sustentantes quedan en condición de recibir el Título de Licenciados en Ciencias de la Comunicación, con mención en su carrera, conferido por el Consejo Universitario de la UNASAM de conformidad con las Normas Estatutarias y la Ley Universitaria en vigencia.

Huaraz, 20 de marzo de 2023



Mag. María Angélica Méndez Espinoza
Presidenta



Mag. Fredy Oswaldo Loli Natividad
Secretario



Mag. Edgar Alberto Herrera Tuya
Vocal

NOMBRE DEL TRABAJO

Informe Yosselin Amaya y Omar Inti.doc
x

RECUENTO DE PALABRAS

22585 Words

RECUENTO DE PÁGINAS

137 Pages

FECHA DE ENTREGA

Feb 15, 2023 8:09 PM GMT-5

RECUENTO DE CARACTERES

128928 Characters

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.8MB

FECHA DEL INFORME

Feb 15, 2023 8:12 PM GMT-5**● 24% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 17% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado

DEDICATORIA

A nuestros padres
y familia por su apoyo
desinteresado durante toda
nuestra formación profesional.

Los tesisistas.

AGRADECIMIENTO

A nuestros docentes de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación. Especialmente, a los catedráticos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación por la educación brindada durante toda nuestra formación profesional.

A nuestro asesor, el Mag. Jim Montalvo Cárdenas, por brindarnos su apoyo y guiarnos durante todo el proceso de la investigación.

A los trabajadores de la Institución por su colaboración y participación para que la realización de esta tesis haya sido posible.

RESUMEN

El propósito de la presente investigación fue determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash-2021, la metodología fue de alcance correlacional, de diseño no experimental-transversal y de carácter cuantitativo. La población estuvo integrada por los 26 trabajadores de dicha institución, siendo una muestra censal. La encuesta fue la técnica y el cuestionario, el instrumento conformado por 29 preguntas. Mediante la herramienta estadística se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de forma directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash-2021 ($p\text{-value} = 0.000$), y siendo el grado de vinculación positiva muy fuerte ($\text{Rho de Spearman} = 0.958$). Además, en la institución se identificó que la comunicación digital interna se desarrolló de modo deficiente, lo que impidió que su público interno tenga en claro la visión, misión, estrategias, objetivos y valores de la organización, de igual manera los encuestados perciben la deficiencia en el uso de los canales del correo electrónico, WhatsApp, Facebook y videoconferencias. Estas condiciones negativas quedan reflejadas en la falta de identificación institucional en todas sus dimensiones: cognitiva, afectiva y conductual.

PALABRAS CLAVE: Comunicación interna, identificación institucional.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between internal digital communication and institutional identification the worker's I.E. N° 86349 Honduras Republic, Chavin of Huantar, Ancash-2021, the methodology was correlational scope, non-experimental-cross-sectional in design and quantitative in nature. The population consisted of 26 workers of this institution, being a census sample. The survey was the technique and the questionnaire was the instrument made up of 29 questions. By means of the statistical tool, it was determined that internal digital communication is directly and significantly related to the institutional identification of the workers of the I.E. N° 86349 Honduras Republic, Chavin of Huantar, Ancash-2021 (p -value= 0.000), and the degree positive correlation being very strong (Spearman's Rho = 0.958). In addition, in the institution it was identified that internal digital communication was poorly developed, which prevented its internal audience from being clear about the vision, mission, strategies, objectives and values of the organization, in the same way the respondents perceived the deficiency in the use of email, WhatsApp, Facebook and videoconference channels, these negative conditions are reflected in the lack of institutional identification in all its dimensions: cognitive, affective and behavioral.

KEY WORDS: Internal communication, institutional identification.

INTRODUCCIÓN

Investigar la comunicación interna es relevante para conocer las dificultades que se suscitan dentro de la institución en referencia a los lineamientos y políticas, estructura organizacional, relaciones interpersonales y canales de comunicación digital interna. De esta manera se busquen las soluciones idóneas que permitan lograr la identificación de los trabajadores en la obtención de los objetivos institucionales.

Esta investigación tuvo como propósito determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash-2021.

Por ende, el presente estudio está compuesto por tres capítulos vinculados entre sí:

En el Capítulo I se conforma del problema y la metodología de la investigación que aborda la problemática del estudio, planteamiento del problema, formulación de la problemática general y específica, propósitos de la investigación tanto general como específicos, la justificación de la investigación, la hipótesis general y las hipótesis específicas, operacionalización de las variables y metodología de la investigación.

En el Capítulo II, está el marco teórico de la investigación conformada por los antecedentes a nivel internacional, nacional y local; de la misma manera, se detalla el sustento teórico de las variables de la investigación que son respaldadas por los diversos autores, y la definición de términos.

En el Capítulo III, está conformado por los resultados de la investigación, donde se describe el trabajo de campo mediante la aplicación de la encuesta. La presentación de resultados e interpretación de la información, y finalmente en la discusión de resultados

se contrastó los que obtuvimos como resultados en esta investigación con el argumento teórico y las conclusiones de los antecedentes de la investigación.

Y en la parte final, como resultados de la presente investigación se contemplan las conclusiones y recomendaciones. También, en la parte final están incluidas referencias bibliográficas y los anexos las pertinentes para la ejecución del estudio.

SUMARIO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
INTRODUCCIÓN	vi
Capítulo I: PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. El Problema de la investigación	1
1.1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.2. Formulación del Problema	4
Problema General.....	4
Problemas Específicos	4
1.2. Objetivos de la investigación	5
1.2.1. Objetivo General	5
1.2.2. Objetivo Específicos	5
1.3. Justificación de la investigación	5
1.4. Hipótesis	6
1.4.1. Hipótesis General	6
1.4.2. Hipótesis Específicas	6
1.4.3. Operacionalización de las Variables	8
1.5. Metodología de la investigación	9
1.5.1. Tipo de Estudio	9
1.5.2. El diseño de la investigación.....	9
1.5.3. Población y muestra.....	10
1.5.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	10
1.5.5. Técnicas de análisis y prueba de hipótesis	11
Capítulo II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	12

2.1. Antecedentes de la Investigación	12
2.2. Bases Teóricas.....	17
2.2.1. Comunicación digital interna	17
2.2.2. Identificación institucional.....	36
2.3. Definición conceptual.....	43
Capítulo III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
3.1. Descripción del trabajo de campo.....	45
3.2. Presentación de resultados y prueba de hipótesis	46
3.3. Discusión de resultados.....	95
3.4. Adopción de decisiones	101
CONCLUSIONES.....	102
RECOMENDACIONES.....	104
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	106
ANEXOS.....	113
Matriz de Consistencia.....	113
Instrumento de recolección de datos.....	115
Validación de expertos	122
Base de datos.....	126
Evidencias	127

Índice de Figuras y Tablas

Figura 1 Medios y canales de comunicación interna.....	22
Figura 2 Objetivos de la Comunicación Digital Interna.....	24
Figura 3 Género de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash.....	47
Figura 4 Edad de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash.....	48
Figura 5 Grado de estudios de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash.....	49
Figura 6 Cargo de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash.....	50
Tabla 1 Estadística de Fiabilidad con el Alfa de Cronbach de la comunicación digital interna e identificación institucional.....	46
Tabla 2 Lineamientos y políticas organizacionales-conocimiento de la Visión.....	51
Tabla 3 Lineamientos y políticas organizacionales-conocimiento de la Misión	52
Tabla 4 Lineamientos y políticas organizacionales-conocimiento de los valores	53
Tabla 5 Lineamientos y políticas organizacionales-conocimiento de los objetivos	54
Tabla 6 Lineamientos y políticas organizacionales-conocimiento de las estrategias ...	55
Tabla 7 Estructura organizacional-desarrollo de las funciones desempeñadas en el cargo.	56
Tabla 8 Estructura organizacional-toma de decisiones.....	57
Tabla 9 Estructura organizacional-dificultades laborales	58
Tabla 10 Estructura organizacional-instrucciones para la evaluación del desempeño laboral.	59
Tabla 11 Clima y cultura organizacional-compromiso laboral.....	60

Tabla 12	Clima y cultura organizacional-coordinación de actividades	61
Tabla 13	Clima y cultura organizacional-trabajo en equipo	62
Tabla 14	Clima y cultura organizacional-sistema de reconocimientos	63
Tabla 15	Relaciones interpersonales-iniciativa y cooperación laboral.....	64
Tabla 16	Relaciones interpersonales-resolución de conflictos laborales.....	65
Tabla 17	Canal de comunicación digital interna-correo electrónico	66
Tabla 18	Canal de comunicación digital interna-videoconferencias	67
Tabla 19	Canal de comunicación digital interna- Facebook -WhatsApp	68
Tabla 20	Canal de comunicación digital interna-Facebook.....	69
Tabla 21	Identificación cognitiva-preferencia de elección del grupo de trabajo.....	70
Tabla 22	Identificación cognitiva-cordialidad del grupo.....	71
Tabla 23	Identificación cognitiva-interacción grupal de los trabajadores	72
Tabla 24	Identificación afectiva-involucramiento de los trabajadores	73
Tabla 25	Identificación afectiva-contribución al objetivo grupal de los trabajadores..	74
Tabla 26	Identificación afectiva-cooperación grupal de los trabajadores	75
Tabla 27	Identificación afectiva-empatía con los miembros del grupo de los trabajadores	76
Tabla 28	Identificación conductual-sentido de pertenencia de los trabajadores.....	77
Tabla 29	Identificación conductual-sentido de afiliación grupal de los trabajadores...	78
Tabla 30	Identificación conductual-sentido de compromiso de los trabajadores	79
Tabla 31	Niveles de la variable comunicación digital interna	80
Tabla 32	Niveles de la variable identificación institucional	81
Tabla 33	Tabla de contingencia: Comunicación digital interna *Identificación institucional.....	82
Tabla 34	Tabla de contingencia: Comunicación digital interna * D1 Identificación cognitiva.....	83

Tabla 35 Tabla de contingencia: Comunicación digital interna * D2 Identificación afectiva.....	84
Tabla 36 Tabla de contingencia: Comunicación digital interna * D3 Identificación conductual.....	85
Tabla 37 Prueba de normalidad de las variables comunicación digital interna e identificación institucional.....	86
Tabla 38 Matriz de interpretación del coeficiente de Rho de Spearman	86
Tabla 39 Resultado de la Prueba Estadística Rho de Spearman:	88
Tabla 40 Resultado de la Prueba Estadística Rho de Spearman:	90
Tabla 41 Resultado de la Prueba Estadística Rho de Spearman:	92
Tabla 42 Resultado de la Prueba Estadística Rho de Spearman:	94

Capítulo I: PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. El Problema de la investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

En el Perú se aprecian las deficiencias en el sector educación en las zonas rurales, a causa del inadecuado manejo del presupuesto público por la pocas habilidades de gestión de las autoridades, evidenciándose en la falta de las condiciones básicas en infraestructura (alcantarillado, energía eléctrica, agua potable y desagüe), no administran de modo idóneos los medios digitales para la transmisión de información a sus públicos externos e internos, solo el 34.4% de las escuelas en Áncash tienen acceso a internet, los docentes carecen de competencias digitales, y lo más preocupante es que 10,018 alumnos aún no se han matriculado y están en un proceso de deserción, lo que afecta en la consecución de los objetivos de las diversas instituciones (Ministerio de Educación, 2022).

La Institución Educativa N° 86349 República de Honduras se encuentra ubicada en el Jr. 17 de Enero S/N, en el Distrito de Chavín de Huántar, Provincia de Huari, Región Áncash. En esta institución, su plana docente tuvo que adaptarse a los cambios abruptos ocasionados por la pandemia. El proceso de adaptación que ha sufrido la dinámica de trabajo de la institución fue el tránsito del trabajo 100% presencial al trabajo 90% remoto. Es decir, tanto las actividades netamente ligadas a la educación de los estudiantes, como el trabajo de coordinación entre maestros, personal administrativo y personal de mantenimiento, requirieron transitar rápidamente a la nueva modalidad remota de trabajo. En el modelo tradicional, y al igual que en la mayoría de colegios

públicos peruanos, la institución educativa empleaba como único canal de comunicación digital el correo electrónico no institucional. Para la nueva forma de trabajo, en cambio, se requirió emplear plataformas de videoconferencias como *Zoom*, *Google Meet*, *WhatsApp*, *Facebook*, etc. El empleo de estas plataformas se dificultó desde el inicio, ya que los docentes no estaban familiarizados con su uso y llegar a dominarlas les tomó mucho tiempo. El proceso de adaptación incluyó que las actividades de confraternidad de los miembros de la comunidad fueran suspendidas, reprogramadas, adaptadas o se surgieron nuevas actividades diseñadas para la nueva modalidad.

En un sondeo realizado vía telefónica a maestras de la I.E. N° 86349 República de Honduras, para identificar su apreciación respecto a la comunicación digital interna perciben que no se han establecidos lineamientos y políticas organizacionales de manera idónea, por lo cual desconocen la misión, la visión, los valores, los objetivos y estrategias institucionales. De la misma manera, con este cambio abrupto que surgió a causa de la pandemia, se aprecia que desconocen los cambios de la estructura organizacional como las nuevas funciones que van a desempeñar; así como el proceso necesario para la toma de decisiones. No se había delegado a un personal competente para que pueda absolver las dudas y consultas de la nueva modalidad de trabajo. Se sienten comprometidos con su Institución, pero debido a la falta de adaptación de entregar los documentos de forma virtual ocasiona retrasos cuando no se les atiende a sus requerimientos, en primera instancia, otro factor es la falta de soporte tecnológico y el acceso a internet, si bien recibieron capacitaciones para el uso de las nuevas herramientas digitales, pero señalan que no han sido las suficientes. Los canales virtuales que se han implementado en la I.E. N° 86349

República de Honduras fueron el correo electrónico, videoconferencias, WhatsApp y Facebook. Sin embargo, perciben que las comunicaciones tanto formales e informales se están dando de manera parcial y no todo el personal logra receptionar la información de manera oportuna. De cierta manera ha repercutido en la tensión de las relaciones interpersonales, ya que cuando se forman comisiones de trabajo algunos maestros no pueden asistir a las reuniones virtuales, por la falta de apoyo del algún miembro de su familia o carecen de conocimientos informáticos, lo que ocasiona indirectamente malestar e incomodidad en los docentes que cumplen responsablemente con sus actividades asignadas por lo que no se puede trabajar en equipo.

De la misma manera, los docentes indican que durante estos meses no han percibido reconocimientos que los incentive y se sientan valorados por la Institución, lo cual ha ocasionado que no se sientan identificados con los objetivos institucionales porque los miembros del grupo de trabajo a los que les asignan no cumplen oportunamente con las actividades designadas, aprecian que no se han entregado a tiempo las actividades planificadas, y ello ocasiona que no sientan identificados y comprometidos con la Institución.

De seguir así, la situación en la Intuición ocasionará la descoordinación de las áreas, la falta de planificación, organización, dirección y control de actividades, la cultura de cooperación débil, la falta de identificación institucional para el logro de los objetivos institucionales y los constantes reclamos de los padres de familia ocasionados por el deficiente servicio educativo.

Por lo mencionado, nace la necesidad de estudiar de qué modo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021, que permita brindar recomendaciones prácticas que conlleven al logro de sus objetivos institucionales en bien de la calidad educativa.

1.1.2. Formulación del Problema

Problema General

¿Cómo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, ¿Áncash–2021?

Problemas Específicos

- a) ¿Cómo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, ¿Áncash–2021?
- b) ¿Cómo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, ¿Áncash–2021?
- c) ¿Cómo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, ¿Áncash–2021?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N.º 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

1.2.2. Objetivo Específicos

- a) Determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E. N.º 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021
- b) Determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N.º 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.
- c) Determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N.º 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

1.3. Justificación de la investigación

Nuestra investigación se orientó al diagnóstico de la problemática y se superó mediante la aplicación y contrastación de los postulados, doctrinas teóricas, conceptos, enfoques y definiciones de las variables de estudio de la comunicación digital interna e identificación institucional. Además, por su respaldo del sistema teórico de las ciencias sociales el presente estudio puede ser

tomado en cuenta como antecedente para futuras investigaciones de similar temática.

El presente estudio se justifica metodológicamente, porque para lograr los objetivos se procedió al diseño del instrumento del cuestionario de acuerdo a los modelos teóricos que permitieron recoger y seleccionar la información acorde a la muestra y a las dimensiones de las variables de estudio de la comunicación digital interna e identificación institucional de los trabajadores de la de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

Esta investigación tiene justificación social, porque a partir de los resultados que se obtengan de la investigación se brindaron las recomendaciones y sugerencias prácticas a de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021 que permitieron su mejora continua en bien de sus colaboradores y toda la comunidad educativa.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- a) La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

- b) La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

- c) La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

1.4.3. Operacionalización de las Variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable X: Comunicación digital interna	Domínguez (2020) asevera que es la incorporación de las tecnologías de información para que la institución busque crear un clima organizacional idóneo, transmitir información relevante y oportuna, dar a conocer la estructura organizacional, mejorar las relaciones interpersonales y sobre todo fidelizar a sus empleados y gestionar la identidad a favor del logro de los objetivos institucionales.	La comunicación digital interna será medida basándose en un constructo teórico realizado por Bedoya (2017), denominado Modelo de la Comunicación Interna en Instituciones Educativas, que presenta 5 dimensiones y 19 indicadores, y que serán medidos en una encuesta que constará de 19 ítems.	Lineamientos y políticas organizacionales	1. Conocimiento de la Visión. 2. Conocimiento de la Misión. 3. Conocimiento de los Valores. 4. Conocimiento de los objetivos. 5. Conocimiento de las Estrategias.
			Estructura organizacional	6. Desarrollo de las funciones desempeñadas en el cargo. 7. Toma de decisiones. 8. Dificultades laborales. 9. Instrucciones para la evaluación del desempeño laboral.
			Clima y cultura organizacional	10. Compromiso laboral. 11. Coordinación de actividades. 12. Trabajo en equipo. 13. Sistema de reconocimientos.
			Relaciones interpersonales	14. Resolución de conflictos laborales. 15. Iniciativa y cooperación laboral.
			Canales de comunicación digital interna	16. Correo electrónico. 17. Videoconferencias. 18. WhatsApp. 19. Facebook.
Variable Y Identificación institucional	Hongwei y Brown (2013) señalan que es la percepción colectiva de los miembros de una organización sobre sus características centrales y relativamente permanentes que la distinguen de otras.	La identificación institucional será medida basándose en un constructo teórico realizado por Henry et al. (1999), denominado Modelo Tripartito de Identidad, que presenta 3 dimensiones y 10 indicadores, y que serán medidos en una encuesta que constará de 10 ítems.	Identificación cognitiva	20. Preferencia de elección del grupo. 21. Cordialidad del grupo. 22. Interacción grupal.
			Identificación afectiva.	23. Involucramiento. 24. Contribuir al objetivo grupal. 25. Cooperación grupal. 26. Empatía con los miembros del grupo.
			Identificación conductual.	27. Sentido de pertenencia. 28. Sentido de afiliación grupal. 29. Sentido de compromiso.

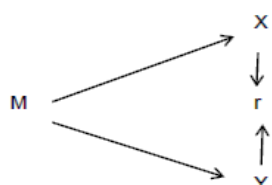
1.5. Metodología de la investigación

1.5.1. Tipo de Estudio

En el estudio se estableció la relación entre las dos variables analizadas: comunicación digital interna e identificación institucional. De este modo se cumplió con el alcance correlacional (Ñaupas et al., 2020). Para su desarrollo no se manipularon las variables, por lo que el estudio encaja en el tipo no experimental. El enfoque seguido fue cuantitativo, porque los datos que se obtuvieron a través de la encuesta fueron cuantificados y tabulados para determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021. (Hernández, 2018).

1.5.2. El diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, porque no se manipularon las variables de estudio. Y transversal, porque la recolección de datos se realizó en un momento determinado del tiempo (Hernández, 2018).



Donde:

- M: Muestra
- X: Comunicación digital interna
- Y: Identificación institucional
- R: Relación o asociación entre las variables

1.5.3. Población y muestra

La población fue integrada por los 26 trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash- 2021, información que fue brindada por la Dirección de la Institución. Para determinar la muestra no se requirió de cálculos, por lo que se tomó la decisión de trabajar con el total de la población por ser de carácter censal.

1.5.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para la presente investigación fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, que fueron formulados y aplicados a los trabajadores previa coordinación con la Dirección de la I.E. N° 86349 República de Honduras.

Respecto a la elaboración del cuestionario estuvo conformado por 29 ítems con alternativas tipo Likert. En caso de la variable comunicación digital interna estuvo conformada por cinco dimensiones: Lineamientos y políticas organizacionales (5 ítems), estructura organizacional (4 ítems), clima y cultura organizacional (4 ítems), relaciones interpersonales (2 ítems) y canales de comunicación digital interna (4 ítems). Esta variable en total tuvo 19 ítems, con la escala de Likert: (1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Indiferente; (4) De acuerdo; y (5) Totalmente de acuerdo.

De forma similar la variable identificación institucional estuvo conformada por tres dimensiones: Identificación cognitiva (3 ítems), Identificación afectiva (4 ítems) e Identificación conductual (3 ítems). Esta variable en total tuvo 10 ítems, con la escala de Likert: (1) Totalmente en

desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Indiferente; (4) De acuerdo; y (5) Totalmente de acuerdo.

1.5.5. Técnicas de análisis y prueba de hipótesis

Al concluir con la etapa de recopilación de la información de la muestra, se procedió a revisarla, ordenarla y tabularla, los resultados fueron presentados en gráficos y tablas y finalmente se analizaron, interpretaron y se plantearon las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación. Para la contrastación de la hipótesis se procedió a determinar el nivel de significancia a través del coeficiente de correlación Rho de Spearman y se estableció el grado de relación de las variables de estudio

Capítulo II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes de la Investigación

Antecedentes internacionales

Aburto (2019) en su tesis “La comunicación interna como herramienta para fomentar la identidad institucional de las universidades: caso aplicado al Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid en Segovia”, se concentró en desarrollar un proceso de comunicación interna que promueva la opinión y participación de los miembros de la comunidad universitaria que facilite la cohesión e integración acorde a los valores de la Institución. La metodología empleada fue el cualitativa. La muestra estuvo conformada por la comunidad universitaria del Campus María Zambrano entre 4 autoridades, 18 docentes, 18 personal administrativo y 18 estudiantes quienes participaron de una entrevista semi-estructurada y a los grupos de discusión. Concluyen que en la Institución no posee una estrategia de comunicación interna, página web, redes sociales solo correo electrónico como su medio principal de coordinación y comunicación, hechos que no contribuyen de manera positiva en la identidad institucional en sus diversas fases como la conductual, propósito que también persigue el presente trabajo mediante la encuesta para determinar la correlación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

Mosquera (2019) en su tesis sobre “Análisis Comunicacional del Fortalecimiento y Desarrollo de la Identidad Institucional como herramienta de comunicación interna dentro de la empresa ADN MÁSTER de la ciudad de Guayaquil en el 2019”, se enfocó en analizar el desarrollo de la identidad

institucional, indagando su implementación como una instrumento de comunicación interna organizacional dentro de la empresa ADN Máster. Es un estudio cuantitativo y aplicada. Para lograrlo, se optó por una muestra de 164 colaboradores de la empresa ADN Máster que participaron de una encuesta. Concluyen que fortalecer la comunicación organizacional interna fomenta el desarrollo de la identidad institucional en la compañía, propósito que también persigue la presente investigación con la encuesta para establecer la asociación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

Egas y Yance (2018) en su tesis sobre “Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil–Ecuador”, se concentró en diseñar estrategias de comunicación interna que fortalezca la identidad corporativa de la compañía. El tipo de estudio fue descriptivo, de enfoque cuantitativo. Los 60 empleados de la entidad entre 20 a 50 años fueron la muestra que participaron de una encuesta. Concluyen que los directivos desconocen quienes forman el grupo selecto del personal por áreas, el 67% a veces se siente identificado con la organización y el 83% señalan que no hay medios adecuados para que brinden sus sugerencias; constataron que las deficiencias de la comunicación interna repercuten en que el individuo en su sentido de identificación cognitiva no sienta preferencia en la elección de un grupo, la falta de interacción grupal y no promover la cordialidad entre sus compañeros para el alcance de las metas institucionales, por ello es necesario que se diseñen estrategias de comunicación interna que apoyen a fortalecer la identidad corporativa, fin que también persigue el presente trabajo mediante la encuesta para establecer la asociación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

Antecedentes nacionales

Cornetero et al. (2018) en su tesis sobre “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”, se enfocó en valorar la administración del fan page de la Policía Nacional del Perú en relación a la estrategia de comunicación digital durante los años 2015-2017. El alcance de la investigación fue exploratorio- descriptivo, de enfoque cualitativo y el diseño fue un estudio de caso. La unidad de análisis fue el *fan page* de la PNP; la muestra fueron los integrantes del equipo de redes y el Community Manager de la PNP que participaron de una entrevista. Concluyeron que la estrategia de comunicación digital aplicada en el *fanpage* de la PNP se da de manera deficiente que permita generar mayor vinculación con sus seguidores y se refleje en su imagen institucional, finalidad que también persigue la presente investigación mediante la encuesta para establecer la asociación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

Romero (2018) en su tesis sobre “Relación de la comunicación interna en la municipalidad de San Juan de Miraflores en la identidad corporativa”, se concentró en establecer la asociación entre la comunicación interna y la identidad corporativa en la Municipalidad de San Juan de Miraflores. El tipo de estudio fue descriptivo. Los 50 colaboradores conformaron la muestra que participaron de una encuesta. Concluyen que se determinó la asociación moderada entre la comunicación interna y la identidad corporativa ($X= 3.56$) de la Municipalidad de San Juan de Miraflores, propósito que también persigue el

presente trabajo mediante la encuesta para establecer la asociación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

Arcila (2017) en su tesis sobre “Relación entre la comunicación interna con la identificación del personal administrativo y docente de la institución educativa San Marcelo - Trujillo, 2016”, se enfocó en establecer la asociación entre la comunicación interna y la identificación en administrativos y docentes en la Institución San Marcelo. El diseño fue correlacional-causal. Los por 27 docentes y 8 personal administrativo conformaron la muestra que participaron en una entrevista. Se concluye que la asociación es significativa moderada y directa entre ambas variables de estudio ($r=0.513$, $p < 0.05$), finalidad que también persigue la presente investigación mediante la encuesta para establecer la asociación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

Tello (2018), en su tesis sobre “La comunicación organizacional interna y el compromiso institucional de los colaboradores del Hospital Nacional María Auxiliadora, Lima-2017”, se concentró en determinar la asociación entre la comunicación organizacional interna y el compromiso institucional de los colaboradores. El enfoque fue cuantitativo y a nivel correlacional. Los 42 colaboradores conformaron la muestra que participaron de una encuesta. Concluyen que la comunicación organizacional interna y el compromiso institucional se asocian de modo positivo a nivel moderado, Rho Spearman de 0.563, con un p valor de $0.000 > 0.05$, propósito que también persigue el presente trabajo mediante la encuesta para establecer la asociación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

Antecedentes locales

Aguedo y Huaromo (2020) en su tesis sobre “Relación de la identidad visual de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo con la identificación institucional de sus estudiantes de pregrado, Huaraz 2018”, se enfocó en determinar la relación entre la identidad visual e identificación institucional de la UNASAM. El tipo de investigación fue aplicada y correlacional. La muestra estuvo conformada por 361 estudiantes de pregrado que participaron de una encuesta. Se concluye que la identificación visual y la identificación institucional se relacionan de manera significativa con un coeficiente Rho Spearman de 0.873, finalidad que también persigue la presente investigación mediante la encuesta para establecer la asociación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

Garibay y Zelada (2019) en su tesis titulada sobre “La comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores de la I. E. Inca Garcilaso de la Vega, Huarney – 2019”, se enfocó en determinar la relación entre las variables de la investigación comunicación interna e identidad corporativa. El tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo, de diseño correlacional, no experimental- transversal. La muestra estuvo conformada por los 81 trabajadores de la Institución Inca Garcilaso de la Vega que participaron de una encuesta. Concluyeron que se demuestra una correlación positiva moderada entre la comunicación interna y la identidad corporativa con un Rho Spearman de 0.4839, propósito que también persigue el presente trabajo mediante la encuesta para establecer la asociación entre la comunicación digital interna e identificación institucional.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Comunicación digital interna

Domínguez (2020), asevera que en la comunicación digital interna se incorpora las tecnologías de información para que la institución busque crear un clima organizacional idóneo, transmitir información relevante y oportuna, dar a conocer la estructura organizacional, mejorar las relaciones interpersonales y sobre todo fidelizar a sus empleados y gestionar la identidad a favor del logro de los objetivos institucionales.

En la comunicación digital interna se desarrolla a partir del factor de la innovación, porque permite impactar en el público interno de la organización para optimizar los recursos y el desempeño individual y grupal que conlleve a concretar las metas organizacionales (Bedoya, 2017).

Se aplican métodos innovadores para enviar y recibir mensajes por los medios digitales entre todos los miembros de una organización (Vasquez, 2012).

Según Bizfit (2020) las organizaciones tienen el gran reto de mantener informado y motivado a sus colaboradores de manera oportuna y efectiva, por ende la comunicación digital interna es una de las principales herramientas en tiempos de la pandemia del COVID-19. La era digital ha brindado una serie de oportunidades para que los miembros multigeneracionales puedan mantener con éxito una comunicación fluida y fomentar el trabajo en equipo, por este motivo es que las organizaciones deben adaptar su comunicación interna a los nuevos comportamientos y hábitos digitales.

La comunicación digital interna en las diferentes organizaciones del Perú ha cobrado un rol preponderante a raíz del inicio de la pandemia. Esta modalidad virtual de comunicación a través de medios digitales se ha vuelto necesaria para que las diferentes organizaciones continúen su labor: replanteando su dinámica de trabajo mediante la interacción de los miembros de la organización en plataformas digitales y rediseñar sus estrategias para lograr los objetivos propuestos como organización tomando en cuenta la nueva forma de comunicación, que aunque su forma siga siendo la misma que la comunicación tradicional que conocemos, ha variado en el donde se aplica esa estructura tradicional (Gestión, 2021).

2.2.1.1. Elementos de la comunicación digital interna

Torres (2012) asevera que los elementos de la comunicación digital interna son los siguientes:

a) Públicos internos

Se les denomina a los miembros de una organización, es decir al potencial humano quienes son los principales destinatarios de la comunicación interna (Brandolini et al., 2008).

El público interno está conformado por personas que poseen un vínculo laboral con la organización y con quienes mantiene una comunicación diaria durante su jornada laboral (Tessi, 2019).

b) Los mensajes

En la comunicación digital interna están referidos a las ideas claves o al hilo argumental que la entidad desea transmitir a sus miembros (Aced et al., 2021).

Cuenca y Verazzi (2018) aseveran que los modelos de mensajes son los generales y los segmentados. Respecto a los mensajes frecuentes se envían de forma masiva a los públicos internos de la organización para comunicar de algún tema de interés frecuente, mientras que los mensajes segmentados se remiten solo a algunos públicos internos, de acuerdo a las insuficiencias concretas y de objetivos específicos. Por ejemplo, enviar un boletín electrónico mensual a toda la plantilla informando sobre las últimas novedades de la organización, y un correo electrónico solo a los jefes de áreas para explicarles respecto a una reunión para que lo transmitan a su equipo de trabajo, en este caso es un mensaje segmentado.

“Para lograr la oportunidad de que el mensaje cumpla con su objetivo es importante proyectarse a largo plazo y cerciorarse que el mensaje llegue a su destino en apropiadamente para lograr los objetivos previstos” (Brandolini et al., 2008, p. 33).

c) Medios y canales de la comunicación digital interna

Cervera (2015) señala que los medios sirven como soporte para la difusión de información efectiva en todos los colaboradores de una organización.

Villafañe (2002) indica que los soportes o canales permiten una efectiva comunicación para fomentar la unión, la cooperación y que el talento humano se identifique con los objetivos institucionales.

Según Aced et al. (2021) los canales de comunicación *online* son considerados el *intranet*, blogs, redes sociales internas, aplicaciones corporativas para dispositivos móviles, *mailings* y *newsletters*, revista corporativa digital, eventos online: conferencias, presentaciones, *workshops*, sesiones de formación y reuniones online de equipo.

Por su parte, EAE Business School (2017) señala que existe una variedad de canales para llevar a cabo la comunicación interna, ya sean escritos, orales o tecnológicos. A continuación, se detallan:

- Los canales orales, como las reuniones de forma personal o grupal son maneras de mantener un contacto físico y visual con los miembros de una organización para fomentar las buenas relaciones interpersonales.
- Los canales o medios escritos son los más comunes y tradicionales, pero no por ello tienen que representar menor efectividad. Algunos ejemplos son la realización de encuestas anónimas entre los trabajadores, el buzón de sugerencias o los comunicados tipo normativas internas.

Los canales tecnológicos, abren nuevas posibilidades a la comunicación interna, por ejemplo, la intranet, el blog interno, el

email, el chat interno, las videollamadas, las redes sociales corporativas, entre otros.







Además, en la Figura 1 se aprecia que durante los últimos años los medios y canales para fomentar la comunicación interna corporativa son las reuniones a nivel individual o grupal para que se mantenga el contacto personal entre todos los colaboradores, otro medio es intranet referido a una herramienta de comunicación empresarial que moviliza la interactividad en tiempo real para que se potencie el sentido colaborativo y motivar a los trabajadores, los emails que es un medio diario que permite gestionar las tareas y dar a conocer los procesos para que queden registradas dichas comunicaciones, los eventos sociales permiten generar vínculos personales entre los trabajadores de diversas áreas para que se puedan afianzar los vínculos existentes, los *chats* internos que agilizan la transferencia de información entre compañeros y equipos de trabajo para la rapidez en la transmisión de mensajes e información, y las redes sociales corporativas que permiten la transacción de información flexible, continua e inmediata entre la entidad y sus colaboradores (EAE Business School, 2017).

d) La retroalimentación

Es el proceso de reforzamiento de información no entendible por parte de la entidad hacia el recurso humano para buscar beneficios mutuos, generar confianza en el trabajo y ayudarlos a que potencien sus competencias para un buen desempeño laboral (Torres, 2012).

Figura 1
Medios y canales de comunicación interna

MEDIOS Y CANALES PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA CORPORATIVA

<p style="text-align: center;">REUNIONES</p> <p>Las reuniones a nivel de grupo o individuales son una forma de mantener un contacto personal entre los empleados y grupos de trabajo dentro de una empresa</p> 	<p style="text-align: center;">INTRANET</p> <p>La intranet es una de las herramientas más utilizadas para la comunicación empresarial. Promueve la interactividad y se gestiona en tiempo real. Potenciar el sentimiento corporativo y motivar a los trabajadores debería ser su fuerte. Es un canal que suele aglutinar muchos otros</p> 
<p style="text-align: center;">EMAILS</p> <p>La comunicación vía email es el medio diario para gestionar tareas y comunicar procesos para que quede registro de dichas comunicaciones. Los newsletter corporativos forman parte de este gran canal. Indispensable</p> 	<p style="text-align: center;">EVENTOS SOCIALES</p> <p>Momento de establecer relaciones personales entre compañeros de diferentes departamentos y afianzar relaciones ya existentes.</p> <p>Las convenciones y cenas de empresa deben servir para activar enlaces interpersonales y grupales.</p> 
<p style="text-align: center;">CHATS INTERNOS</p> <p>Disponer de un chat interno puede agilizar el traspaso de información entre compañeros y equipos de trabajo. Será fundamental establecer unas normas de uso</p> 	<p style="text-align: center;">REDES SOCIALES CORPORATIVAS</p> <p>Cada vez más empresas están completando sus procesos de digitalización implementando redes sociales corporativas y grupos dentro de las mismas. En ellas el intercambio de información entre la empresa y los empleados es continuo inmediato y flexible</p> 

Fuente: Diseño de EAE Business School, (2017)

2.2.1.2. Tipos de información brindada en la comunicación digital interna

De acuerdo con Andrade (2005), el personal debe conocer información relevante de la organización, a continuación se detalla los tipos:

- Información general sobre la organización, referida a la cultura organizacional (misión, visión, valores y principios), a los propósitos, a la estructura organizacional, a la historia, las innovaciones tecnológicas, actividades importantes y los reconocimientos al personal.
- Información indispensable para el trabajo, en este grupo se encuentran las políticas, los procedimientos, los horarios de entrada y salida las responsabilidades funciones y responsabilidades de cada puesto laboral, los programas de capacitación y desarrollo, las decisiones importantes de la dirección y los cambios en la estructura organizacional.
- Información sobre las condiciones de trabajo, referida a las prestaciones, beneficios, normas laborales, la seguridad e higiene en el centro de trabajo.

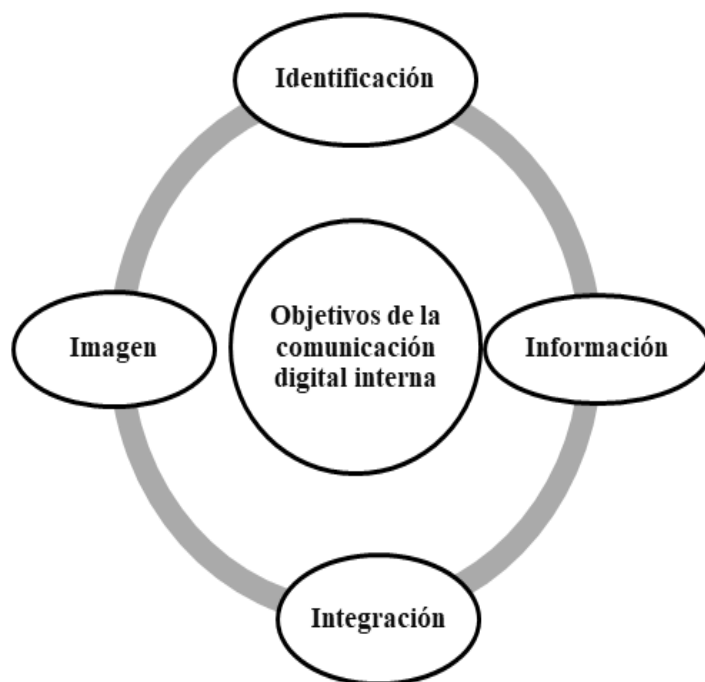
2.2.1.3. Objetivos de la comunicación digital interna

La finalidad de la comunicación digital interna es la consolidación de la cultura organizacional, ya que a través de los mensajes emitidos de manera informal como formal se crean estas conductas, valores y normas que cada uno de los integrantes va a adquirir y hacer propias, manifestado en las acciones que lo harán parte de la institución (Enrique y Serrano, 2015).

Todo proceso comunicativo persigue la finalidad de resguardar el logro de las metas institucionales fortaleciendo la identificación de los colaboradores, brindando información oportuna, suficiente y relevante, reforzando su integración y formando en ellos una imagen favorable de la entidad (Andrade, 2005). Por ello se resume que la comunicación digital interna persigue cuatro pilares fundamentales: identificación, información, integración e imagen. A continuación, se muestra de manera gráfica:

Figura 2

Objetivos de la Comunicación Digital Interna



Fuente: (Andrade, 2005, p. 24)

“La comunicación digital interna es una herramienta de gestión que busca la eficacia en la recepción y en la comprensión de los mensajes orientados al público interno” (Brandolini et al., 2008, p. 36).

2.2.1.4. Beneficios de la comunicación digital interna

Aced et al. (2021) señalan que los beneficios de gestionar la comunicación digital interna en una entidad son los siguientes:

- Consolidar la cultura corporativa y darla a conocer.
- Transmitir los objetivos estratégicos a toda la organización.
- Facilitar el proceso de cambio de la cultura, si fuera necesario.
- Crear un clima de confianza, compromiso y motivación.
- Satisfacer las necesidades de información de los colaboradores.
- Conocer la opinión de los trabajadores y sus necesidades.
- Mejorar la imagen interna y externa de la organización.
- Mejorar la captación y retención de talento.
- Promover la participación y colaboración de los empleados.
- Liderazgo y fomento de la conversación interna.
- Aumentar el sentido de pertenencia (p.43).

2.2.1.5. Dimensiones e indicadores de la comunicación digital interna

En la presente investigación se optó en el Modelo de la Comunicación Interna en Instituciones Educativas realizado por Bedoya (2017) que son: lineamientos y políticas organizacionales, estructura organizacional, clima y cultura organizacional, relaciones interpersonales y canales de comunicación digital interna.

– **Dimensión 1: Lineamientos y políticas organizacionales:**

Esta dimensión permite identificar si el personal de la institución considera que la comunicación interna de los aspectos de direccionamiento estratégico de la institución educativa que incluye lo

siguiente: visión, misión, valores, objetivos institucionales y la estrategia se realizan de manera oportuna por parte de la entidad (Bedoya, 2017).

Por su parte, Marín et al. (2013), aseveran que las políticas y lineamientos organizacionales permiten a la institución a poseer una visión que regule el comportamiento de sus colaboradores, ya que son directrices que deben ser interiorizadas y comprendidas porque contemplan las normas, responsabilidades y guías de orientación de acciones para la toma de decisiones en bien del cumplimiento de los objetivos institucionales.

A continuación, se detallan sus indicadores:

– **Conocimiento de la Visión**

Xifra (2020), señala que es la valoración por parte del trabajador a la institución de la forma en que se transmiten las aspiraciones organizacionales o el estado futuro deseado que se debe lograr con el apoyo del potencial humano. Por ello, es importante que la institución asegure generar espacios y canales convenientes y oportunos.

Una concepción de visión es lograr el futuro anhelado o la aspiración de la Institución los mantiene motivados a los colaboradores por los beneficios recíprocos (Torres, 2012).

Además, la visión debe ser lo suficientemente ambiciosa que promueva el entusiasmo y debe ser compartida por todos los empleados para la consecución y el logro del bienestar común (Dircom, 2020).

– **Conocimiento de la Misión.**

Es la apreciación del recurso humano de la conveniencia en la comunicación realizada por la entidad de los propósitos, filosofía corporativa, conjunto de reglas de decisión y líneas de acciones que apoyan de manera progresiva a los objetivos institucionales en un determinado periodo del tiempo (Tessi, 2019).

Aced et al. (2021) afirman que la misión refleja la razón de ser de la institución y corresponde con los resultados que se pretenden lograr, y concretiza de lo que se desea lograr, es una guía de responsabilidades y actividades compartidas por los miembros que integran la institución.

– **Conocimiento de los Valores.**

Tessi (2019), afirma que es la valoración del talento humano respecto a la asertividad de la institución para fomentar los valores que constituyen el núcleo de la cultura institucional que son aplicados para la resolución de situaciones que enfrentan en las actividades laborales cotidianas.

Por su parte Carrero (2019), asevera que los valores son los lineamientos de conductas permiten a los colaboradores de una Institución a interactuar con su entorno y actuar para el bienestar colectivo.

De la mismo modo los valores brindan el desarrollo del personal fomentando la cohesión, integración y el sentido de pertenencia (Barrios, 2018).

– **Conocimiento de los Objetivos.**

Vásquez (2012), asegura que es la percepción del talento humano respecto a que si la organización está logrando que de manera idónea conozcan, interioricen y se identifiquen con los fines institucionales para brindar calidad en la atención al usuario.

Por su parte, es importante que los colaboradores aporten a los objetivos, porque es la situación deseada de la institución que pretende alcanzar, son dinámicos porque se van modificando acorde a las necesidades y el entorno de la organización (Cervera, 2015).

– **Conocimiento de las Estrategias**

Xifra (2020) indica que es la apreciación del personal respecto a la forma en que la institución comunica su plan para la consecución de las metas que permita resultados comunes de acuerdo con la misión y visión institucional

Asimismo, es importante que los colaboradores conozcan e interioricen la estrategia de una entidad, permitirá que la estructura organizacional cambie en función a sus procesos, actividades y necesidad que esta demande. (Vasquez, 2012).

Dimensión 2: Estructura organizacional

Bedoya (2017) señala que es la evaluación del talento humano respecto al modo en que la institución transmite y promueve el desarrollo de las funciones desempeñadas en el cargo, la información sobre las

decisiones que se toman a nivel directivo, la consulta por las dificultades laborales y las instrucciones generales para el desempeño.

Se define a la estructura organizacional a la administración interna de una institución, donde se incluye las áreas o departamentos para que se puedan delimitar las funciones y repartir las responsabilidades de los colaboradores (Tessi, 2019).

A continuación se presentan los indicadores:

– **Desarrollo de las funciones desempeñadas en el cargo.**

Percepción del personal respecto a que si la institución brinda la documentación actualizada para la ejecución de sus responsabilidades asignadas, a través de un proceso de delimitación de las atribuciones, tareas y periodicidad que se diferencian de las demás áreas (Cuenca y Verazzi, 2018).

Asimismo, es relevante que las organizaciones designen a los encargados o responsables que recaben información actualizada del grado del cumplimiento de las actividades y deberes designadas al potencial humano, para que posteriormente se tomen acciones oportunas para el logro de las metas (Vasquez, 2012).

– **Toma de decisiones.**

Proceso de apreciación por parte del recurso humano referente a que si la entidad u organización donde brinda sus servicios profesionales lo involucra en la elección de una alternativa de solución o brindar

opciones posibles para la resolución de problemas que conlleve al cumplimiento de los objetivos institucionales (López et al., 2020).

– **Dificultades laborales.**

Es la apreciación del personal respecto a que si la institución promueve alternativas para que confronten las situaciones adversas suscitadas que impiden el cumplimiento de las funciones asignadas a sus diferentes roles en cada puesto de trabajo, tales como los conflictos interpersonales, falta de seguridad laboral, la carencia o falta de compañerismo, falta de un especialista en salud ocupacional y seguridad laboral, entre otras (Tatamuez et al., 2018).

Mendoza (2015), dice que es relevante manejar las condiciones negativas laborales para evitar los conflictos, insatisfacción o dificultad para el desarrollo efectivo de las tareas del personal en su centro de labores.

– **Instrucciones para la evaluación del desempeño laboral**

Es lo que un trabajador cree o la percepción que tiene respecto a la pertinencia en la transmisión por parte de la entidad para que conozcan los instructivos que tienen como finalidad proporcionar información respecto de los indicadores de evaluación para determinar su rendimiento en el trabajo (Bedoya, 2017).

Cuenca y Verazzi (2018), mencionan que dentro de las organizaciones se deben establecer los mecanismos para el proceso de

evaluación de los colaboradores con la finalidad de realizar la retroalimentación y mejorar las competencias profesionales que permita que los objetivos institucionales sean cumplidos.

Dimensión 3: Clima y cultura organizacional:

Esta dimensión permite identificar si la Institución fomenta asertivamente en los colaboradores el compromiso y la responsabilidad, la coordinación de actividades, las relaciones afectivas entre los miembros de la institución, el trabajo en equipo y el sistema de reconocimientos producto del trabajo de la comunicación interna que se expresa en el fomento del compromiso y la responsabilidad de todos sus colaboradores (Bedoya, 2017).

Luna et al. (2019), dice que es importante para las entidades que se brinde un adecuado clima organizacional, porque ejerce una significativa repercusión en la cultura corporativa, comprende el patrón general de valores, creencias y conductas compartidos por el potencial humano, y de la misma incrementar la productividad laboral.

– Compromiso laboral.

Se evalúa si la organización fomenta la identificación y el vínculo verdadero con su potencial humano que permita el cumplimiento de las metas institucionales (Coronado et al., 2020).

Abbas y Ahmad (2019) indica que es conveniente lograr el compromiso organizacional que resulta atractivo desde la perspectiva del

colaborador, ya que promueve la estabilidad laboral, se fomenta las promociones y ascensos, un sistemas de recompensas por sus esfuerzos en bien del cumplimiento de las metas organizacionales a largo plazo.

– **Coordinación de actividades.**

Gigliotti (2016), señala que es la apreciación del colaborador respecto a que si la organización le brinda los medios efectivos para que pueda cooperar y comunicarse entre sí que permita la continuidad de las actividades institucionales y que repercuta en la seguridad y la salud de todos los miembros de la institución.

– **Trabajo en equipo.**

Perspectiva o valoración del trabajador referente a que si la entidad promueve actividades a través de un conjunto de integrantes que comparten una meta en común, empero cada uno posee sus tareas de manera individual (Marín et al., 2013).

– **Sistema de reconocimientos.**

Vallares (2012), por su parte, indica que es la apreciación del talento humano respecto a que si la entidad brinda incentivos que los motiva y refuerza sus conductas en bien de las metas, cuya finalidad es alentarlos a que demuestren un óptimo desempeño laboral con beneficios recíprocos.

Dimensión 4: Relaciones interpersonales:

Matos et al. (2018), afirman que los trabajadores brindan su apreciación respecto a que si la organización ejecuta acciones para que se propicie un clima de confianza y motivación en bien de todos los miembros y el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Es relevante que se revise la situación de las relaciones interpersonales a nivel grupal e interpersonal, los conflictos laborales, la iniciativa y la cooperación para la toma de decisiones para que todos los miembros de la entidad se sientan satisfechos y cumplan las metas (Bedoya, 2017).

– Resolución de conflictos laborales.

Referida a la valoración del talento humano respecto a que si la institución se esfuerza por conocer las causas que han ocasionado enfrentamientos entre los colaboradores dentro del centro de labores, y brindar oportunamente soluciones idóneas (Cardozo y Vásquez, 2014).

Por su parte, Domínguez (2020) asevera que en muchas ocasiones surgen conflictos comunicativos por la falta de coordinación o de relaciones interpersonales, por ende es necesario conocer a profundidad a los implicados, los motivos y buscar soluciones inmediatas.

– Iniciativa y cooperación laboral

Es la percepción del colaborador referente a que si la entidad ejecuta un proceso para fomentar a que participen, debatan y solucionen

algún suceso que concierne a la organización. De esta manera se crea un ambiente de colaboración participativa entre los miembros de la organización basados en sus conocimientos y su experiencia profesional para el beneficio mutuo de ambas partes (Matos et al., 2018).

Dimensión 5: Canales de comunicación digital interna:

Se indaga la percepción del colaborador respecto a que si la Institución trasmite mensajes e información oportuna y constante a través de los medios tecnológicos tales como correo electrónico, videoconferencias, página web, WhatsApp y Facebook a todos los miembros de la organización (Bedoya, 2017).

Xifra (2020), precisa que las tecnologías de información y comunicación han contribuido a generar una cultura de transformación digital en las organizaciones, ha ocasionado que los colaboradores se adapten y se capaciten constantemente como parte de su competencia profesional para que puedan comunicarse entre sí para el cumplimiento de sus funciones en bien de las metas organizacionales.

– Correo electrónico.

Es la valoración de los trabajadores respecto a que si la entidad comunica asuntos de diversa índole mediante la herramienta digital, cuya finalidad es facilitar la comunicación interna entre los miembros de la organización, de carácter formal, se transmite información a tiempo real, se remite y recepciona documentos en formato virtual y tiene la misma validez que el impreso (Xifra, 2020).

– **Videoconferencias.**

Es la percepción del talento humano respecto a que si la organización informa con la debida antelación para que se opte por el sistema interactivo que permite llevar a cabo una conversación virtual y a tiempo real, con el fin del intercambio de información para concretar los fines institucionales y su mejora continua (Verheyden, 2017).

– **WhatsApp.**

Es la percepción del trabajador respecto a que si la entidad comunica de manera asertiva con el uso de la red social para promover una comunicación fluida con los compañeros de trabajo o supervisores por sus funcionalidades y facilidades en la mensajería instantánea (archivos, videos, audios, mensajes de voz y video), agilizar el cumplimiento de las tareas a nivel individual y grupal (Xifra, 2020).

– **Facebook.**

Es la valoración del talento humano referente a que si la institución utiliza adecuadamente la red social para la comunicación digital interna, lograr su transmisión y recepción con un sistema de contenidos como imágenes, mensajes de voz, videos, enlaces, Etc.(Verheyden, 2017).

Xifra (2020), menciona que es importante capacitar al personal para que se utilice la aplicación solo para fines laborales, su funcionalidad permite vincularla con otras redes sociales institucionales,

cargar los Manuales de Gestión como el MOF, ROF, Organigrama, avisos, noticias, *ebooks*, la reseña histórica, el directorio, visión, misión, valores, Etc.

2.2.2. Identificación institucional

Gigliotti (2016), asevera que es el proceso, la actividad y el evento a través del cual una organización se vuelve única en la mente de sus miembros; el objetivo, la misión, las prácticas y los valores institucionales son buenos ejemplos de elementos que contribuyen a dar forma a su identidad.

La identidad institucional es la creación, planificación o reestructuración de una organización para construir elementos distintivos que los diferencie del resto tanto en el espacio físico, carácter administrativo y las líneas fundamentales de desarrollo para generar estrategias de funcionamiento (Costa, 2001).

Cortés (2011), afirma que es el conjunto de normas, valores, fines, prácticas y procedimientos institucionales, sus acciones se orientan como respuesta a un proyecto de sociedad que le otorgan identidad en un determinado periodo de tiempo.

Conjunto de rasgos colectivos o características que vinculan y generan un sentido de pertenencia de los empleados con la misión, visión, objetivos, cultura y los valores institucionales (Currás, 2010).

La identidad corporativa es la suma de los elementos tanto tangibles e intangibles que distinguen a una institución (Balmer, 2001).

Hongwei y Brown (2013) señalan que es la percepción colectiva de los miembros de una organización sobre sus características centrales y relativamente permanentes que la distinguen de otras.

2.2.2.1. Elementos de la identificación institucional

Van (1997) asevera que son tres elementos mediante el cual una institución trasmite su identidad corporativa, estos son el comportamiento, la comunicación y el simbolismo. En caso del comportamiento, es el más importante, porque de acuerdo a cómo una organización trata a sus públicos tanto externos e internos, éstos la calificarán. El segundo elemento es la comunicación, permite transmitir y compartir información de manera oportuna, ya sea escritos o verbales, si los canales son los idóneos para mantener buenas relaciones interpersonales. Y el simbolismo, la entidad se representa con elementos gráficos, audiovisuales y señaléticas para identificarse; la fusión de estos tres elementos logra constituir un mix de identidad institucional.

2.2.2.2. Beneficios de la identificación institucional

Machado (2003) señala que lograr una fuerte identificación de los miembros de una institución beneficia al buen desempeño laboral, un rendimiento y el cumplimiento de las metas organizacionales.

El sentimiento de identificación que el individuo tiene con su organización funciona como una fuerza protectora, desencadenando procesos emocionales que tienden a contribuir a la creatividad en sus actividades, estimulando el fortalecimiento de este sentimiento (Hongwei y Brown, 2013).

Stensaker (2015) señala que para una institución educativa la identidad está ligada a su escudo simbólico, sus valores, principios, los cursos que brinda, admisión, metodologías de enseñanza, actividades curriculares y extraescolares, que determinan su rutina diaria, entre otras; todas estas características ayudan a distinguir una organización educativa como única.

2.2.2.3. Dimensiones e indicadores de la identificación institucional

El presente estudio se optó por el Modelo Tripartito de Identidad desarrollado por Henry et al. (1999). Estos son la identificación cognitiva, afectiva y conductual. A continuación, se detallan:

Dimensión 1: Identificación cognitiva

Referida al primer momento que experimenta un individuo de sentirse comprometido con la entidad, donde se valora la preferencia de elección hacia determinado grupo, la cordialidad del grupo y la interacción grupal para optar por una decisión de lealtad (Cortés, 2011).

Es la conducta realizada de determinar un valor positivo o negativo vinculado a la pertenencia o autoestima grupal (Henry et al., 1999). A continuación, se describen sus indicadores:

– Preferencia de elección del grupo.

Sentimiento de un individuo por formar parte de un conjunto de personas que poseen conocimientos y destrezas similares, que se comprometen y colocan sus competencias para cumplir la meta común (Gómez y Acosta, 2003).

– **Cordialidad del grupo.**

Cortés (2011), indica que es la demostración sincera de sencillez, gentileza y amabilidad de los miembros de un grupo hacia un nuevo integrante, con el propósito de hacerlo sentir parte de su grupo para la consecución de los objetivos y los resultados idóneos.

– **Interacción grupal.**

Es la percepción del colaborador que tiene respecto a que si la institución brinda un espacio grupal entre los miembros de una organización para compartir y transmitir conocimientos y experiencias que permitan cumplir con los objetivos trazados por la organización (Cortés, 2011).

Dimensión 2: Identificación afectiva

Cortés (2011), afirma que una vez que el colaborador se siente parte de un grupo experimenta un profundo deseo de involucramiento, aportar al objetivo grupal, la cooperación grupal y muestra empatía con los miembros del grupo por el bienestar colectivo.

Es la percepción del talento humano respecto a que si la Institución valora su sentido de implicación emocional con un grupo de trabajo. Este sentimiento se afianza cuando el colaborador no solo se considera a sí mismo en un estado de involucramiento, sino principalmente cuando la organización les hace sentir que valora esa actitud (Henry et al., 1999).

A continuación, se presentan las declaraciones de esta dimensión:

– **Involucramiento.**

Gómez y Acosta (2003), señalan que es la apreciación del empleado respecto a que si la entidad logra su identificación psicológica con su trabajo, demostrar su profesionalismo y dedicación por realizar sus actividades lo mejor posible y transmitirlo a sus demás compañeros en bien de toda la organización.

– **Contribuir al objetivo grupal.**

Cortés (2011), señala que es la búsqueda constante del colaborador de cumplir con las metas a nivel no solo individual sino grupal, mediante su esmero profesional y dedicación de sus actividades cotidianas.

– **Cooperación grupal.**

Resultado de los esfuerzos mutuos entre los miembros de una organización que comparten el mismo interés y van direccionados al cumplimiento de las metas grupales en bien de la organización (Gómez y Acosta, 2003).

– **Empatía con los miembros del grupo.**

Cortés (2011), señala que es la apreciación del talento humano respecto a que si la organización crea un ambiente de comprensión entre todos los colaboradores, permite predecir, identificar y satisfacer las necesidades de los trabajadores y se potencia el desarrollo de equipos fuertes dentro de una organización.

Dimensión 3: Identificación conductual

Es el comportamiento que permite evaluar su sentido de contribución, afiliación y pertenencia del individuo respecto a determinado grupo o autocategorización (Henry et al., 1999).

Etapas donde el colaborador se siente plenamente identificado con su Institución, demostrándose en sus comportamientos y conductas participativas que permitan la mejora continua y la consecución de los objetivos organizacionales (Gómez y Acosta, 2003).

A continuación, se presentan las declaraciones de esta dimensión:

– **Sentido de pertenencia.**

Sentimiento sincero y verdadero de un colaborador de ser parte de una organización, demostrándose en el apoyo mutuo con sus compañeros de grupo, se identifica con los valores, la misión, la visión y está en la búsqueda constante de mejorar para lograr el bien común dentro de la organización (Cortés, 2011).

– **Sentido de afiliación grupal.**

Cortés (2011), señala que es la aceptación del grupo y generar vínculos duraderos, de confianza, de apoyo mutuo entre los miembros de la organización para el logro de los objetivos organizacionales.

– **Sentido de compromiso.**

Gómez y Acosta (2003), afirman que es demostración continua del trabajador de su lealtad e identificación con los objetivos institucionales, mediante la eficiencia y eficacia de sus actividades evidenciado en su buen desempeño laboral.

2.3. Definición conceptual

- **Comunicación digital interna:** aplicación de métodos innovadores para enviar y recibir mensajes por los medios digitales entre todos los miembros de una organización (Vasquez, 2012).
- **Lineamientos y políticas organizacionales:** permite identificar si el personal de la institución considera que la comunicación interna de los aspectos de direccionamiento estratégico de la institución educativa que incluye la visión, misión, valores, objetivos institucionales y la estrategia se realizan de manera oportuna por parte de la entidad (Bedoya, 2017).
- **Estructura organizacional:** es la evaluación del talento humano respecto al modo en que la institución transmite y promueve el desarrollo de las funciones desempeñadas en el cargo, la información sobre las decisiones que se toman a nivel directivo, la consulta por las dificultades laborales y las instrucciones generales para el desempeño (Bedoya, 2017).
- **Clima y cultura organizacional:** es el procedo de identificar si la Institución fomenta asertivamente en los colaboradores el compromiso y la responsabilidad, la coordinación de actividades, las relaciones afectivas entre los miembros de la institución, el trabajo en equipo y el sistema de reconocimientos producto del trabajo de la comunicación interna que se expresa en el fomento del compromiso y la responsabilidad de todos sus colaboradores (Bedoya, 2017).
- **Relaciones interpersonales:** apreciación del talento humano respecto a que si la organización ejecuta acciones para que se propicie un clima de confianza y motivación en bien de todos los miembros y el cumplimiento de los objetivos institucionales (Matos et al., (2018).

- **Canales de comunicación digital interna:** es la indagación de la percepción del colaborador respecto a que si la Institución trasmite mensajes e información oportuna y constante a través de los medios tecnológicos tales como correo electrónico, videoconferencias, página web, WhatsApp y Facebook a todos los miembros de la organización (Bedoya, 2017).
- **Identificación institucional:** Construcción de elementos distintivos de una organización que propicie un sentido de pertenencia en sus colaboradores en bien de sus objetivos institucionales (Costa, 2001).
- **Identificación cognitiva:** Conducta realizada de determinar un valor positivo o negativo vinculado a la pertenencia o autoestima grupal (Henry et al., 1999).
- **Identificación afectiva:** Es el sentimiento o el sentido de implicación emocional de un miembro de una organización con un grupo de trabajo (Henry et al., 1999).
- **Identificación conductual:** Es el comportamiento de evaluar su sentido de contribución, afiliación y pertenencia del individuo respecto a determinado grupo o autocategorización (Henry et al., 1999).

Capítulo III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Descripción del trabajo de campo

La presente investigación se ejecutó en el mes de diciembre del año 2021 en la I.E. N° 86349 República de Honduras, ubicado en el Distrito de Chavín de Huántar, Provincia de Huari, Departamento de Áncash.

De acuerdo con lo estipulado en el proyecto de investigación se coordinó con el director de la I.E. N° 86349 República de Honduras para proceder con la aplicación del cuestionario a los 26 trabajadores de la institución en mención. La encuesta se dirigió a todos los trabajadores, tanto nombrados y contratados como se delimita en la muestra, el tiempo que se demoró el personal para el llenado del cuestionario fue de 5 a 10 minutos, culminándolo en 1 día las 26 encuestas.

Respecto a los inconvenientes suscitados durante la aplicación fue que el personal estaba ocupado con sus labores cotidianas y otros con una carga excesiva de trabajo, por lo que se tuvo que esperar pacientemente su predisposición para poderle brindar y recibir su cuestionario llenado.

En definitiva, a pesar de los percances suscitados se logró culminar al 100% con la recopilación de los cuestionarios para proceder con la descripción de los resultados, análisis estadístico, prueba de hipótesis e interpretación de la información de acuerdo con los objetivos de la presente investigación.

3.2. Presentación de resultados y prueba de hipótesis

3.2.1. Análisis de Fiabilidad

Tabla 1

Estadística de Fiabilidad con el Alfa de Cronbach de la comunicación digital interna e identificación institucional

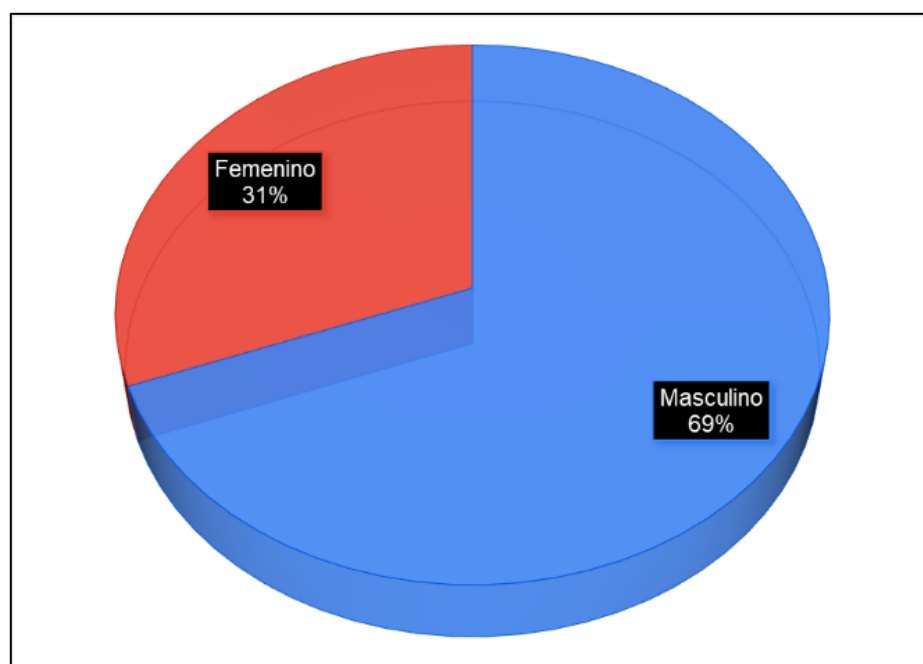
Alfa de Cronbach	N.º de elementos
0.976	29

Interpretación: En la tabla 1, se visualiza el resultado estadístico del Alfa de Cronbach para las variables de comunicación digital interna e identificación. Se obtuvo un valor de 0.976 para las 29 preguntas, dicho valor fue de magnitud muy alta, por ende, el instrumento de la presente investigación fue consistente y fiable.

3.2.2. Resultados descriptivos de los datos generales

Figura 3

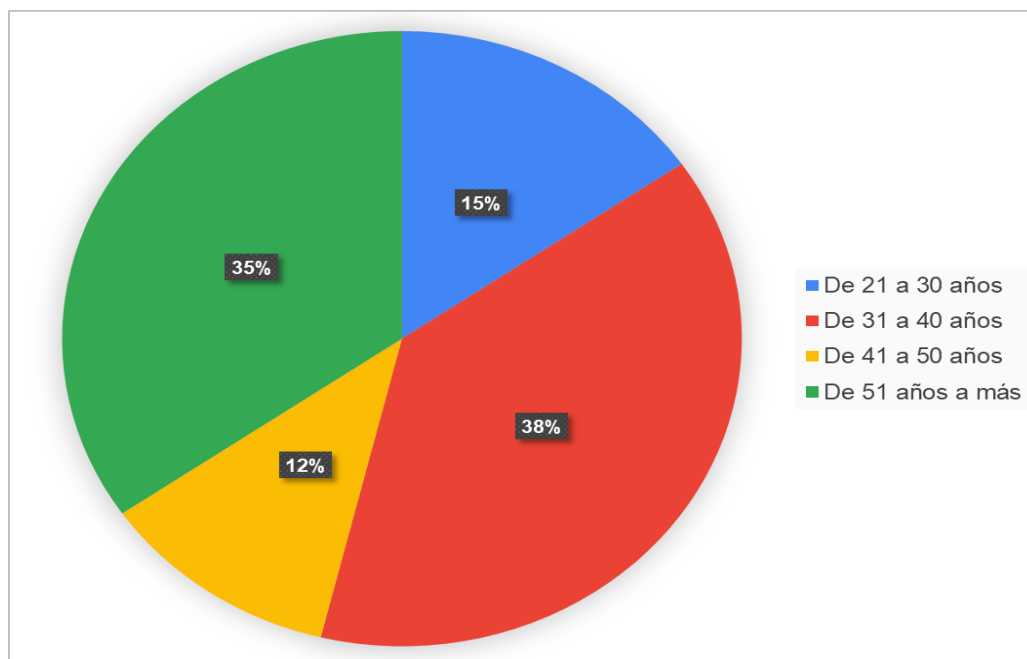
Género de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash



Interpretación: En la figura 3, se muestra que, el 69% de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash son del género masculino, mientras que el 31 % son del género femenino.

Figura 4

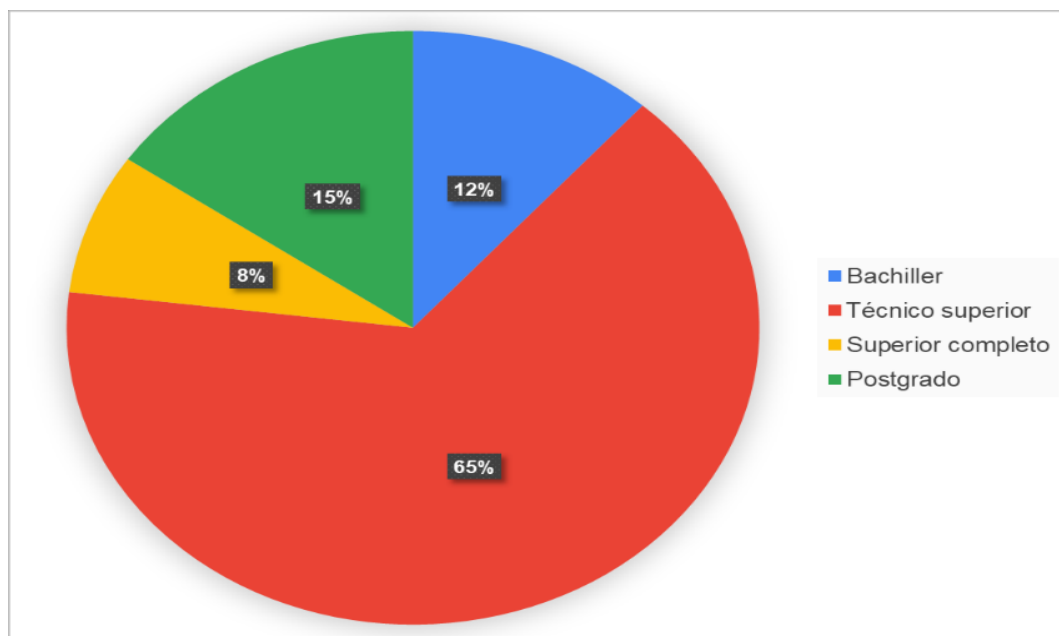
Edad de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash



Interpretación: En la figura 4 se aprecia que, el 38% de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash tienen la edad de 31 a 40 años, el 35% de 51 años a más, el 15% de 21 a 30 años y el 12% de 41 a 50 años.

Figura 5

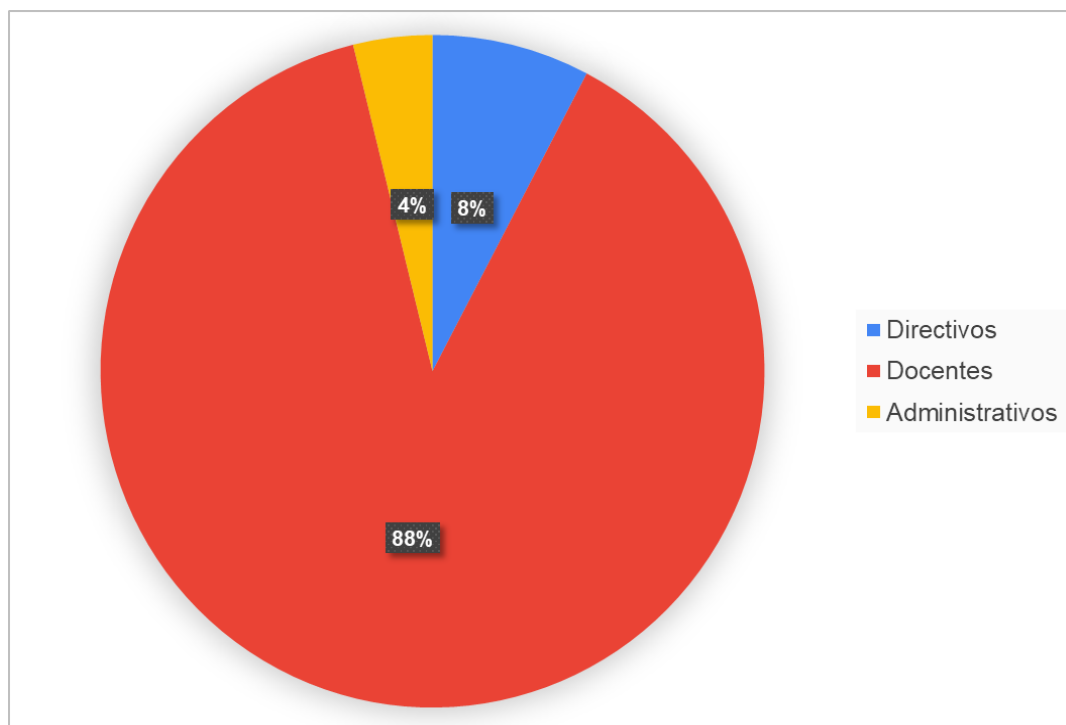
Grado de estudios de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash



Interpretación: En la figura 5, indica que el 65% de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash poseen el grado de técnico superior, el 15% de postgrado, el 12% de bachiller y el 8% de superior completo.

Figura 6

Cargo de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash



Interpretación: En la figura 6, muestra que el 88% de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash tienen el cargo de docentes, el 8% de directivos y el 4% de administrativos.

3.2.3. Resultados descriptivos de las variables

Tabla 2

Lineamientos y políticas organizacionales: conocimiento de la Visión

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	14	53.85%
En desacuerdo	8	30.77%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que los trabajadores de la institución no han logrado internalizar adecuadamente la visión. Esta afirmación queda evidenciada en el 84% obtenido. Esta deficiencia es relevante en una organización, puesto que la visión cumple con el propósito de regular el comportamiento de los colaboradores porque son directrices que deben ser interiorizadas y comprendidas para que se orienten en el cumplimiento de los fines institucionales. Por otro lado, sumando las respuestas positivas, se observa que un grupo menor, apenas superior al 11%, asegura conocer la visión institucional.

Tabla 3*Lineamientos y políticas organizacionales: conocimiento de la Misión*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	46.15%
En desacuerdo	10	38.46%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados exponen que los trabajadores de la institución no han conseguido internalizar convenientemente la misión. El 84% lo demuestra. Esta deficiencia es relevante en una entidad, puesto que la misión refleja la razón de ser de la institución, corresponde con los resultados que se pretenden lograr, y concreta las acciones que apuntan a lo que se desea lograr a nivel de objetivos, es una guía de responsabilidades y actividades compartidas por los miembros que integran la institución. En detalle, la tabla 3 grafica que apenas un grupo no superior al 15% de los encuestados responde que sí conoce la misión.

Tabla 4*Lineamientos y políticas organizacionales: conocimiento de los valores*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	15	57.69%
En desacuerdo	6	23.08%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que los trabajadores de la institución no han logrado internalizar los valores de su institución. Esta afirmación queda evidenciada en la estadística arrojada: 80%. Al margen de si este resultado al igual que los anteriores se deba a la escasa difusión por parte de la entidad o el bajo interés de los trabajadores, esta deficiencia es sustancial en una organización, porque los valores son los lineamientos de conductas permiten a los colaboradores de una institución a interactuar con su entorno y actuar para el bienestar colectivo. Por último, un grupo menor, no superior al 11%, responde que sí conoce los valores de su institución. Esto, es representado por una minoría no trascendente para representar una adecuada interacción con base en la búsqueda del bienestar colectivo.

Tabla 5*Lineamientos y políticas organizacionales: conocimiento de los objetivos*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	13	50.00%
En desacuerdo	9	34.62%
Indiferente	0	0.00%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados exponen que los trabajadores de la institución no han conseguido internalizar los objetivos institucionales. El 84% obtenido, lo corrobora. Esta deficiencia es relevante para una organización, ya que es necesario que los colaboradores se identifiquen con los objetivos y los cumplan. Además, el trabajador debe orientar su trabajo para alcanzar, la situación deseada según los objetivos planteados, y reconocer que los objetivos son dinámicos y se van modificando de acuerdo con las necesidades de las entidades; No obstante, la aplicación de la encuesta arroja que el grupo que afirmó conocer los objetivos es apenas superior al 15%, una cantidad menor para los intereses de mejora y crecimiento de la institución educativa.

Tabla 6*Lineamientos y políticas organizacionales: conocimiento de las estrategias*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	46.15%
En desacuerdo	9	34.62%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que los trabajadores de la institución no conocen las estrategias diseñadas por la institución para alcanzar los objetivos de modo efectivo. El 80% de los trabajadores encuestados, corroboran esta afirmación. Esta deficiencia es preocupante en una entidad, puesto que al carecer de información respecto a las estrategias que propone la institución o al no comprenderlas, resulta poco realista el logro de objetivos. Ya que de esta manera el trabajador no tiene una ruta clara, respecto a cómo aportar al logro de objetivos; por ello los colaboradores deben conocer e interiorizar la estrategia para permitir que la estructura organizacional cambie en función a sus procesos, actividades y necesidad que esta demande. La tabla 6 también arroja que un grupo menor, apenas superior al 11%, responde que sí conoce las estrategias trazadas por la institución para alcanzar el logro de metas institucionales de manera efectiva, siendo este porcentaje preocupante.

Tabla 7

Estructura organizacional: desarrollo de las funciones del cargo.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	38.46%
En desacuerdo	11	42.31%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los trabajadores de la institución no desempeñan sus funciones tomando como referencia la documentación brindada por la institución. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 80% de los trabajadores encuestados. Esta deficiencia afecta el rol de las organizaciones en torno a sus procesos productivos, pues un trabajador que no tienen claras las funciones de su cargo puede incurrir en deficiencias, duplicidad innecesaria del trabajo, retraso en el tiempo del servicio realizado y otros problemas. Las razones para que se configure esta deficiencia pueden ser múltiples, entre ellas la entrega no oportuna de la documentación necesaria para tales fines o el desinterés del trabajador de tomar en cuenta dicha información. La tabla 7 también revela que un grupo menor apenas superior al 15%, responde que sí desempeña las funciones asignadas a su cargo según la documentación brindada por la institución, lo que revela un bajo porcentaje en relación al uso que le dan los trabajadores a la documentación que brinda la institución.

Tabla 8*Estructura organizacional: involucramiento en la toma de decisiones*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	34.62%
En desacuerdo	12	46.15%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que los trabajadores de la institución no se sienten involucrados en la toma de decisiones en su lugar de trabajo. Esto queda evidenciado en el 80% de los encuestados. Esta cifra tan elevada aleja a la institución de alcanzar sus objetivos institucionales, pues es relevante para toda entidad que se involucre al personal en la elección de una alternativa de solución o brindar opciones posibles a su público a fin de darle velocidad a sus procesos. La tabla 8 revela que sólo un grupo menor, apenas superior al 11%, sí se siente involucrado en la toma de decisiones de su lugar de trabajo.

Tabla 9*Estructura organizacional: dificultades laborales*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	13	50.00%
En desacuerdo	8	30.77%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados exponen que los trabajadores perciben que su institución no promueve alternativas de solución oportunas para que se superen las dificultades laborales. El 80% obtenido deja esto en evidencia. Esta deficiencia perjudica a las instituciones, ya que el potencial humano no podrá confrontar las situaciones adversas suscitadas que impiden el cumplimiento de las funciones designadas en cada puesto de trabajo, tales como los conflictos interpersonales, falta de seguridad laboral, la falta de compañerismo, Etc. En la encuesta sólo un grupo menor apenas superior al 15% responde que la institución sí promueve alternativas de solución oportunas para que se logren superar las dificultades laborales.

Tabla 10

Estructura organizacional: instrucciones para la evaluación del desempeño laboral.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	34.62%
En desacuerdo	12	46.15%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que la institución no informa de manera conveniente las instrucciones para la evaluación del desempeño laboral. El 80% obtenido del instrumento, lo denota. Esta deficiencia es relevante en una entidad, porque se deben establecer los mecanismos para el proceso de evaluación de los colaboradores con la finalidad de realizar la retroalimentación y mejorar las competencias profesionales que conlleven al cumplimiento de los objetivos institucionales. Por otro lado un grupo menor con apenas superior al 11% responde a que la institución sí lo ha logrado. Además, en la tabla 10 se visualiza que, el 46.15% de los encuestados están en desacuerdo de la Institución informa de manera conveniente las instrucciones para la evaluación del desempeño laboral, el 34.62% están totalmente en desacuerdo, para el 7.69% es indiferente al igual que el 7.69% están de acuerdo y el 3.85% están totalmente de acuerdo.

Tabla 11*Clima y cultura organizacional: compromiso laboral*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	20	76.92%
En desacuerdo	2	7.69%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que la institución no ha conseguido fomentar el compromiso laboral en todo el personal. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 84% de los encuestados. Esta deficiencia debería ser evitada en toda organización, puesto que no se promueve la estabilidad laboral, ni se fomenta las promociones y ascensos, tampoco un sistema de recompensas por los esfuerzos de los trabajadores en bien del cumplimiento de las metas organizacionales a largo plazo.

Tabla 12*Clima y cultura organizacional: coordinación de actividades*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	19.23%
En desacuerdo	16	61.54%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que la institución no ha logrado desarrollar de manera coordinada la programación de actividades con la participación de todo el personal. Esta afirmación queda evidenciada en la respuesta de más del 80% de los encuestados. Es relevante reconocer esta deficiencia en una entidad para ser conscientes de las trabas que están generando que el potencial humano, pueda cooperar y comunicarse para la continuidad de las actividades institucionales y que repercuta en la seguridad y la salud de todos los miembros de la institución. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 11% responde que la institución sí ha conseguido desarrollar de manera coordinada la programación de actividades con la participación de todo el personal.

Tabla 13*Clima y cultura organizacional: trabajo en equipo*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	17	65.38%
En desacuerdo	5	19.23%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados exponen que la institución no ha conseguido promover el trabajo en equipo en todo el personal. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 84% de los encuestados. Esta deficiencia perjudica a una organización, puesto se deja de promover actividades a través de un grupo o conjunto de integrantes que colaboran para alcanzar una meta en común, pero cada uno posee sus tareas de manera individual para conseguir el cumplimiento de los fines institucionales. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 11% responde que la institución sí lo ejecutó de manera conforme.

Tabla 14*Clima y cultura organizacional: sistema de reconocimientos*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	26.92%
En desacuerdo	14	53.85%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que la institución no ha logrado implementar un sistema de reconocimientos al personal. Esta afirmación queda evidenciada en la respuesta de más del 80% de los encuestados. Esta deficiencia es perjudicial para toda organización, pues al no ofrecer incentivos al talento humano que lo motive y refuerce sus conductas no se orientarán hacia las metas organizacionales. Por otro lado, un grupo menor, apenas superior al 11%, responde que la institución sí ha logrado implementar un sistema de reconocimiento a su personal.

Tabla 15*Relaciones interpersonales: conflictos laborales*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	16	61.54%
En desacuerdo	5	19.23%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que la institución no ha conseguido brindar soluciones efectivas frente a los conflictos laborales. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 80% de los encuestados. Esta deficiencia es relevante en una entidad, porque implica reconocer que no se han realizado los esfuerzos suficientes por conocer las causas que ocasionan enfrentamientos entre los colaboradores dentro del centro de labores a fin de brindar oportunamente soluciones idóneas. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 15% responde que la institución sí logró brindar soluciones efectivas frente a los conflictos laborales que se presentaron en la institución.

Tabla 16*Relaciones interpersonales: iniciativa y cooperación*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	30.77%
En desacuerdo	13	50.00%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que la institución no fomenta en su personal la iniciativa y cooperación laboral. Esta afirmación queda evidenciada en la respuesta de más del 80% de los encuestados. Esta deficiencia es preocupante en una organización, puesto que no se ejecutan acciones para que se propicie un el trabajo articulado entre los colaboradores de la organización; igualmente no se estimula la iniciativa de los trabajadores. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 11% responde que la institución sí lo ha logrado.

Tabla 17*Canal de comunicación digital interna: correo electrónico*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	16	61.54%
En desacuerdo	5	19.23%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados exponen que los encuestados consideran que la institución no ha conseguido comunicar asuntos de diversa índole de manera oportuna a su personal mediante el correo electrónico. El 80% de las respuestas, lo confirma. Esta deficiencia es relevante en una entidad, puesto que permite detectar que no se está facilitando la comunicación interna de carácter formal entre los miembros de la organización; además, no se transmite información en tiempo real, tampoco se remite ni se recibe documentos en formato virtual y, de la misma forma, a este medio digital no se le otorga la misma validez que al impreso. Al otro extremo de los resultados un grupo menor, apenas superior al 15%, considera que la institución sí ha logrado comunicar los asuntos de la institución de manera oportuna a través del correo electrónico.

Tabla 18*Canal de comunicación digital interna: videoconferencias*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	34.62%
En desacuerdo	14	53.85%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	1	3.85%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los encuestados piensan que la institución no ha logrado informar con la debida anticipación a su personal la programación de videoconferencias para las reuniones laborales. Esta afirmación queda evidenciada en la respuesta de más del 88% de los encuestados. Estos resultados son relevantes porque es importante informar con la debida antelación para asegurar la participación general en el sistema interactivo que permita llevar a cabo una conversación virtual y a tiempo real entre todos los trabajadores. Un grupo menor de trabajadores, con apenas un porcentaje superior al 11%, responde que la institución sí ha logrado informar con la debida anticipación sobre la programación de videoconferencias para las reuniones.

Tabla 19*Canal de comunicación digital interna: WhatsApp*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	14	53.85%
En desacuerdo	6	23.08%
Indiferente	2	7.69%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los trabajadores perciben que la institución no ha conseguido comunicar a su personal asuntos de diversa índole a través del WhatsApp. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 76% de los encuestados. Reconocer esta deficiencia es relevante en una institución, ya que al ser conscientes de ella se puede eliminar cualquier impedimento que evite una comunicación fluida con los compañeros de trabajo o supervisores por sus funcionalidades y facilidades en la mensajería instantánea (archivos, videos, audios, mensajes de voz y video), agilizar el cumplimiento de las tareas a nivel individual y grupal en bien de las metas. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 15% responde que la institución sí ha logrado informar al personal sobre los asuntos de la institución agenciándose de la aplicación *WhatsApp*.

Tabla 20*Canal de comunicación digital interna: Facebook*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	34.62%
En desacuerdo	11	42.31%
Indiferente	3	11.54%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que la institución no ha logrado informar asuntos de diversa índole a su personal en su cuenta de Facebook de manera comprensible y conveniente. Esta afirmación queda evidenciada en la respuesta de más del 76% de los encuestados. Esta deficiencia en una entidad genera inconvenientes para promover la comunicación digital interna, lograr la transmisión y recepción de información con un sistema de contenidos digitales como imágenes, mensajes de voz, videos, enlaces, entre otro. Un grupo menor de trabajadores, apenas superior al 11% responde a que la institución sí ha logrado agenciarse de su cuenta de Facebook para comunicar asuntos de diversa índole, y por lo tanto si han logrado recepción la información a través de imágenes, mensajes de voz, videos, enlaces, entre otros.

Tabla 21*Identificación cognitiva: preferencia al grupo de trabajo*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	38.46%
En desacuerdo	9	34.62%
Indiferente	4	15.38%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los encuestados no sienten preferencia de elección por la Institución y no están conformes con la asignación de un grupo de trabajo. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 72% de los encuestados. Reconocer esta deficiencia es relevante para una organización, puesto que nos permite tener una mirada más clara respecto a la posición del colaborador y su interés por formar parte de un determinado conjunto de personas que poseen conocimientos y destrezas similares, que se comprometen y colocan sus competencias en función del cumplimiento de una meta común. Un grupo menor de colaboradores, apenas superior al 11% responde que sí sienten preferencia de elección por la institución y están conformes con la asignación de un grupo de trabajo.

Tabla 22*Identificación cognitiva: cordialidad del grupo*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	26.92%
En desacuerdo	12	46.15%
Indiferente	3	11.54%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que los encuestados no perciben la cordialidad de sus compañeros de trabajo de la Institución. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 83% de los encuestados. Esta es una deficiencia preocupante en organización, puesto que para que se alcance el potencial humano, se debe demostrar sencillez, gentileza y amabilidad con los compañeros actuales o hacia un nuevo integrante, con el propósito de crear un sentido de pertenencia para la consecución de los objetivos y los resultados idóneos. Finalmente, un grupo menor apenas superior al 15% responde que tienen una percepción positiva respecto a la cordialidad de sus compañeros de trabajo.

Tabla 23*Identificación cognitiva: interacción grupal de los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	46.15%
En desacuerdo	10	38.46%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los encuestados consideran que la Institución no fomenta la interacción grupal con todo el personal. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 84% de los trabajadores encuestados. Esta deficiencia es relevante para una organización, puesto que permite hacer evidente la necesidad que existe de brindar un espacio grupal entre los colaboradores para transmitir conocimientos y experiencias que permitan cumplir con los objetivos trazados por la organización. Sólo un grupo menor apenas superior al 11% responde que sí han percibido que su institución fomenta una interacción grupal con todo el personal.

Tabla 24*Identificación afectiva: involucramiento de los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	26.92%
En desacuerdo	14	53.85%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que en la institución los trabajadores no se sienten involucrados con la institución. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 80% de los encuestados. Esta información resulta relevante para la organización, puesto que no permite reconocer la percepción de los trabajadores respecto al involucramiento de sus pares. Resulta entonces necesario fortalecer en los colaboradores identificación psicológica con su trabajo, y que ello les permita demostrar su profesionalismo y dedicación por realizar sus actividades lo mejor posible y transmitan ellos a sus demás compañeros en bien de toda la organización. Sólo un grupo menor, no superior al 15%, responde que sí percibe el involucramiento del personal en las actividades que se realizan en la institución.

Tabla 25

Identificación afectiva: contribución al objetivo grupal de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	38.46%
En desacuerdo	9	34.62%
Indiferente	4	15.38%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los encuestados consideran que no contribuyen a alcanzar el logro de los objetivos institucionales. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 73% de los encuestados. Reconocer esta deficiencia es relevante para una organización, porque permite mapear el nivel de involucramiento de los colaboradores con las metas a nivel no solo individual sino grupal, ya sea mediante su esmero profesional y dedicación de sus actividades cotidianas. Tan sólo un grupo apenas superior al 11% responde que sí consideran que contribuyen al logro de los objetivos institucionales.

Tabla 26*Identificación afectiva: cooperación grupal de los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	42.31%
En desacuerdo	8	30.77%
Indiferente	4	15.38%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los encuestados perciben que sus compañeros de trabajo no cooperan activamente para el logro de los objetivos. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 74% de los encuestados. Esta percepción impide que la organización canalice esfuerzos equitativos para el logro de objetivos, porque la percepción de que todos los trabajadores no brindan sus esfuerzos equitativamente fomenta el desinterés y conduce al incumplimiento de las metas grupales en bien de la organización. Sólo un grupo menor apenas superior al 11% responde que sí percibe la cooperación de sus compañeros para alcanzar las metas institucionales.

Tabla 27*Identificación afectiva: empatía con los miembros del grupo de los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	13	50.00%
En desacuerdo	6	23.08%
Indiferente	4	15.38%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	1	3.85%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que en la institución existe un bajo nivel de empatía en todo el personal. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 73% de los encuestados. Es importante reconocer la existencia de esta deficiencia en una organización, puesto que los niveles de empatía son tan bajos que no se logra crear un ambiente de comprensión entre todos los colaboradores, lo que evita predecir, identificar y satisfacer sus necesidades y contraponen a potenciar el desarrollo de equipos fuertes dentro de una organización. Por otro lado, sólo un grupo menor apenas superior al 11% responde que sí se considera empático con sus compañeros.

Tabla 28*Identificación conductual: sentido de pertenencia de los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	38.46%
En desacuerdo	10	38.46%
Indiferente	3	11.54%
De acuerdo	3	11.54%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los encuestados no han logrado el sentido de pertenencia con la organización, porque carecen de cohesión e integración como equipo. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 76% de los encuestados. Detectar esta deficiencia es relevante para una organización, porque permite ganar claridad respecto a la carencia y por lo tanto identificar otro de los factores que limita el logro de objetivos. Un grupo menor apenas superior al 23% responde a que sí considera que ha logrado alcanzar un sentido de pertenencia.

Tabla 29*Identificación conductual: sentido de afiliación grupal de los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	42.31%
En desacuerdo	8	30.77%
Indiferente	1	3.85%
De acuerdo	6	23.08%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los encuestados no sienten aceptación ni mantienen vínculos de confianza con su grupo de trabajo. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 73% de los encuestados. Reconocer esta deficiencia es relevante para una organización debido a que resulta importante para la productividad y comodidad del colaborador, desempeñar su rol en un ambiente de aceptación mutua y donde se tengan sólidos vínculos de confianza. Sólo un grupo menor apenas superior al 26% responde que sí encuentran filiación en su grupo de trabajo.

Tabla 30*Identificación conductual: sentido de compromiso de los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	34.62%
En desacuerdo	10	38.46%
Indiferente	5	19.23%
De acuerdo	2	7.69%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que los encuestados no demuestran su sentido de compromiso a través de su lealtad respecto a desear genuinamente el logro de metas institucionales. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 73% de los encuestados. Detectar esta deficiencia es relevante para una organización, porque permite reconocer uno de factores que está evitando que se logren las metas institucionales. Sólo un grupo menor apenas superior al 26% responde a que si demuestran constantemente su lealtad y compromiso con la institución.

3.2.4. Resultados del análisis correlacional de las variables

Tabla 31

Niveles de la variable comunicación digital interna

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	6	23.08%
Regular	15	57.69%
Buena	5	19.23%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados revelan que no existe un buen nivel de comunicación digital interna en la institución. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 80% de los encuestados. Esta deficiencia es relevante para una organización, puesto que la finalidad de la comunicación digital interna es la consolidación de la cultura organizacional, ya que a través de los mensajes emitidos de manera informal como formal se crean estas conductas, valores y normas que cada uno de los miembros va a adquirir y hacer propias, manifestado en las acciones que lo harán parte de la institución. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 19% responde a que la entidad si lo ha conseguido. Además, en la tabla 31 se muestra que el nivel de la comunicación digital interna de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021 es regular (57.59%), seguida de deficiente (23.08%) y buena (19.23%).

Tabla 32*Niveles de la variable identificación institucional*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Baja	6	23.08%
Media	16	61.54%
Alta	4	15.38%
Total	26	100.00%

Interpretación: Los resultados muestran que los encuestados no han logrado un buen nivel de identificación institucional para el cumplimiento de las metas. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 84% de los encuestados. Esta deficiencia es relevante para una organización, puesto que lograr una fuerte identificación de los miembros de una institución beneficia al buen desempeño laboral, un rendimiento y el cumplimiento de las metas organizacionales. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 15% si lo ha conseguido. Asimismo, en la tabla 32 se visualiza que el nivel de la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021 es media (61.54%), seguida de baja (23.08%) y alta (19.23%).

Tabla 33

Tabla de contingencia: Comunicación digital interna e Identificación institucional

Comunicación digital interna	Identificación institucional						Total	
	Baja		Media		Alta		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Deficiente	6	23.1%	0	0,0%	0	0.0%	6	23.1%
Regular	0	0.0%	15	57.7%	0	0.0%	15	57.7%
Buena	0	0.0%	1	3.8%	4	15.4%	5	19.2%
Total	6	23.1%	16	61.5%	4	15.4%	26	100.0%

Interpretación: En la tabla cruzada 33, se muestra que no se ha logrado un buen nivel de la comunicación digital interna e identificación institucional. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 84% de los encuestados. Esta deficiencia es relevante para una organización, puesto que en todo proceso comunicativo persigue la finalidad de respaldar el logro de las metas institucionales fortaleciendo la identificación de los colaboradores con la institución, proporcionando información oportuna, suficiente y relevante, reforzando su integración y formando en ellos una imagen favorable e idónea de la organización. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 15% señala que el nivel de la comunicación digital interna e identificación institucional es el idóneo. Asimismo, se evidencia que a nivel deficiente de la comunicación digital interna e identificación institucional: 23.1%. A nivel regular de la comunicación digital interna y la identificación institucional alcanzaron un 57.7%.

Tabla 34

*Tabla de contingencia: Comunicación digital interna * D1 Identificación cognitiva*

Comunicación digital interna	Identificación institucional						Total	
	D1 Identificación cognitiva							
	Baja		Media		Alta			
	n	%	n	%	N	%	n	%
Deficiente	5	19.2%	1	3.8%	0	0.0%	6	23.1%
Regular	1	3.8%	14	53.8%	0	0.0%	15	57.7%
Buena	0	0.0%	1	3.8%	4	15.4%	5	19.2%
Total	6	23.1%	16	61.5%	4	15.4%	26	100.0%

Interpretación: En la tabla cruzada 34, se revela que no se ha logrado un buen nivel de la comunicación digital interna e identificación cognitiva. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 73% de los encuestados. Esta deficiencia es importante para una entidad, puesto que los procesos de comunicación digital interna crean un clima de confianza mediante la cordialidad entre todos los colaboradores, la interacción permanente y el sentimiento de preferir a un grupo de trabajo para el cumplimiento de los fines institucionales. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 15% señala que el nivel de la comunicación digital interna e identificación cognitiva es el óptimo. También se aprecia que la comunicación digital interna, el nivel de la identificación cognitiva es deficiente (19.2%). A nivel regular de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación cognitiva es regular (53.8%). Y a nivel buena de la comunicación digital interna se presenta el nivel alto de la identificación cognitiva (14.3%).

Tabla 35*Tabla de contingencia: Comunicación digital interna * D2 Identificación afectiva*

Comunicación digital interna	Identificación institucional						Total	
	D2 Identificación afectiva							
	Baja		Media		Alta		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%
Deficiente	5	19.2%	1	3.8%	0	0.0%	6	23.1%
Regular	2	7.7%	13	50.0%	0	0.0%	15	57.7%
Buena	0	0.0%	1	3.8%	4	15.4%	5	19.2%
Total	7	26.9%	15	57.7%	4	15.4%	26	100.0%

Interpretación: En la tabla cruzada 35, se aprecian los resultados de los niveles de la comunicación digital interna e identificación afectiva, se evidencia que, a nivel deficiente de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación afectiva es baja (19.2%). A nivel regular de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación afectiva es media (50.0%). Y a nivel buena de la comunicación digital interna se evidencia que el nivel de la identificación afectiva es alto (15.4%).

Tabla 36

*Tabla de contingencia: Comunicación digital interna * D3 Identificación conductual*

Comunicación digital interna	Identificación institucional D3 Identificación conductual						Total	
	Baja		Media		Alta		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Deficiente	5	19.2%	1	0,0%	0	0.0%	6	23.1%
Regular	0	0.0%	12	46.2%	3	11.5%	15	57.7%
Buena	0	0.0%	1	0,0	4	15.4%	5	19.2%
Total	5	19.2%	14	46.2%	7	26.9%	26	100.0%

Interpretación: En la tabla cruzada 36, se muestran los resultados de los niveles de la comunicación digital interna e identificación conductual, se evidencia que, a nivel deficiente de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación conductual es baja (19.2%). A nivel regular de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación conductual es media (46.2%). Y a nivel buena de la comunicación digital interna se presenta que el nivel de la identificación conductual es alta (15.4%).

Contrastación de la hipótesis

Tabla 37

Prueba de normalidad de las variables comunicación digital interna e identificación institucional

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación digital interna	0.411	26	0.000
Identificación institucional	0.208	26	0.000

Interpretación: En la Tabla 37, se muestra la aplicación de la prueba Shapiro-Wilk ($n < 50$) para hallar la normalidad de las variables, en donde la comunicación digital interna e identificación institucional no siguen una distribución normal, por ello se optó por la prueba estadística no paramétrica, esto quiere decir que se usó la prueba de correlación de Rho de Spearman.

Tabla 38

Matriz de interpretación del coeficiente de Rho de Spearman

Coefficiente de correlación	Interpretación
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.

0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández (2018)

A. Contrastación de la Hipótesis General.

- Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: La comunicación digital interna no se relaciona de manera directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021.

H₁: La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021.

- Nivel de significancia:

$$\alpha = 0.05$$

- **Estadístico de prueba:**

Rho de Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

- **Decisión:**

Si el p-value es < al nivel de significancia, se procede al rechazo de la H₀.

Si el p-value es ≥ al nivel de significancia, se procede a no rechazar H₀.

- **Análisis:**

Tabla 39

Resultado de la Prueba Estadística Rho de Spearman:

		Identificación institucional
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	.958**
	Sig. (bilateral)	.000
Comunicación Digital Interna	P- value	
	N	26

- **Conclusión:**

El valor del nivel de significancia P-value= 0.000 < 0.05, por ello se rechazó la hipótesis nula y se optó como verdadera a la hipótesis alternativa. Por ello, se concluye que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E.

N.º 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021, siendo el grado de vinculación, Coeficiente de correlación Rho de Spearman, igual a 0.958, el valor nos indica que la correlación es positiva muy fuerte.

B. Contrastación de la Hipótesis Especifica 1

- Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: La comunicación digital interna no se relaciona de manera directa y significativa con la identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E.

Nº 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

H₁: La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E.

Nº 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

- Nivel de significancia:

$$\alpha = 0.05$$

- Estadístico de prueba:

Rho de Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

- Decisión:

Si el p-value es < al nivel de significancia, se procede al rechazo de la H₀.

Si el p-value es ≥ al nivel de significancia, se procede a no rechazar H₀.

- **Análisis:**

Tabla 40

Resultado de la Prueba Estadística Rho de Spearman:

		Identificación cognitiva
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	.856**
	Sig. (bilateral)	.000
Comunicación Digital Interna	P- value	
	N	26

- **Conclusión:**

El valor del nivel de significancia $P\text{-value} = 0.000 < 0.05$, por lo que rechazó la hipótesis nula y se optó como verdadera a la hipótesis alternativa. Por ende, se concluye que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021, siendo el grado de vinculación (Coeficiente de correlación Rho de Spearman) igual a 0.856, el valor nos indica que la correlación es positiva considerable.

C. Contrastación de la Hipótesis Específica 2

- Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: La comunicación digital interna no se relaciona de manera directa y significativa con la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

H₁: La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

- Nivel de significancia:

$$\alpha = 0.05$$

- Estadístico de prueba:

Rho de Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

- Decisión:

Si el p-value es < al nivel de significancia, se procede al rechazo de la H₀.

Si el p-value es ≥ al nivel de significancia, se procede a no rechazar H₀.

- **Análisis:**

Tabla 41

Resultado de la Prueba Estadística Rho de Spearman:

		Identificación afectiva
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	.814**
	Sig. (bilateral)	.000
Comunicación Digital Interna	P- value	
	N	26

- **Conclusión:**

El valor del nivel de significancia $P\text{-value} = 0.000 < 0.05$, por lo que se rechazó la hipótesis nula y se optó como verdadera a la hipótesis alternativa. Por ende, se concluye que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021, siendo el grado de asociación (Coeficiente de correlación Rho de Spearman) igual a 0.814, el valor nos indica que la correlación es positiva considerable.

D. Contrastación de la Hipótesis Especifica 3

- Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: La comunicación digital interna no se relaciona de manera directa y significativa con la identificación conductual de los trabajadores de la I.E.

Nº 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

H₁: La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación conductual de los trabajadores de la I.E.

Nº 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021.

- Nivel de significancia:

$$\alpha = 0.05$$

- Estadístico de prueba:

Rho de Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

- Decisión:

Si el p-value es < al nivel de significancia, se procede al rechazo de la H₀.

Si el p-value es ≥ al nivel de significancia, se procede a no rechazar H₀.

- **Análisis:**

Tabla 42

Resultado de la Prueba Estadística Rho de Spearman:

		Identificación conductual
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	.792**
	Sig. (bilateral)	.000
Comunicación Digital Interna	P- value	
	N	26

Conclusión: El valor del nivel de significancia $P\text{-value} = 0.000 < 0.05$, por lo que se rechazó la hipótesis nula y se optó como verdadera a la hipótesis alternativa. Por lo tanto, se concluye que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021, siendo el grado de relación (Coeficiente de correlación Rho de Spearman) igual a 0.792, el valor nos indica que la correlación es positiva considerable.

3.3. Discusión de resultados

La presente investigación tuvo como finalidad determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021. Por ende, en base a los resultados se ha logrado el propósito de la presente investigación.

Para lograr los resultados, el cuestionario fue aplicado a 26 trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021. Se procedió a la validación de contenido del instrumento mediante el juicio de tres (3) expertos, quienes lo consideraron aceptable. Asimismo, el resultado del estadígrafo Alfa de Cronbach fue de 0.976 para el total de 29 preguntas, el valor fue de magnitud muy alta, por lo que el instrumento fue considerado fiable y consistente.

Respecto al objetivo general, se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021. Los resultados muestran que no se ha logrado un buen nivel de la comunicación digital interna e identificación institucional. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 84% de los encuestados; esta deficiencia es relevante para una organización, puesto que en todo proceso comunicativo persigue la finalidad de respaldar el logro de las metas institucionales fortaleciendo la identificación de los colaboradores con la institución, proporcionando información oportuna, suficiente y relevante, reforzando su integración y formando en ellos una imagen favorable de la organización. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 15% señala que el nivel de la comunicación digital interna e identificación institucional es el idóneo. Asimismo, se evidencia que, a nivel deficiente de la

comunicación digital interna, el nivel de la identificación institucional es deficiente (23.1%). A nivel regular de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación institucional es regular (57.7%). Finalmente, se realizó la prueba de hipótesis que dio como resultado el valor del nivel de significancia $P\text{-value}=0.000$, por lo que se admite la hipótesis general de la investigación.

Lo mencionado es similar con los resultados de la tesis de Arcila (2017), concluye que la correlación es significativa, moderada y directa entre la variable comunicación interna e identificación del personal administrativo y docente de la institución educativa San Marcelo, Trujillo. Asimismo Romero (2018) determinó la relación moderada entre la comunicación interna y la identidad corporativa ($X= 3.56$) de la Municipalidad de San Juan de Miraflores con incremento del $X= 0.11\%$. Otras investigaciones que han abordado estos puntos consideran que la comunicación organizacional mejora la identificación institucional de los trabajadores como es el caso de la tesis de Mosquera (2019) quien determinó que fortalecer la comunicación organizacional interna permitirá el desarrollo de la identidad institucional en la empresa investigada.

Al respecto, teóricamente se sustenta con Domínguez (2020) quien asevera que en la comunicación digital interna se incorpora las tecnologías de información para que la institución busque crear un clima organizacional idóneo, transmitir información relevante y oportuna, dar a conocer la estructura organizacional, mejorar las relaciones interpersonales y sobre todo fidelizar a sus empleados y gestionar la identidad a favor del logro de los objetivos institucionales. De la misma manera, Andrade (2005), postula la comunicación digital interna busca respaldar el logro de los objetivos institucionales fortaleciendo la identificación de los colaboradores con la

institución, proporcionando información oportuna, suficiente y relevante, reforzando su integración y formando en ellos una imagen favorable de la organización.

En relación al primer objetivo específico, se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de manera significativa con la identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021. Los resultados revelan que no se ha logrado un buen nivel de la comunicación digital interna e identificación cognitiva. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 73% de los encuestados; esta deficiencia es importante para una entidad, puesto que los procesos de comunicación digital interna crean un clima de confianza mediante la cordialidad entre todos los colaboradores, la interacción permanente y el sentimiento de preferir a un grupo de trabajo para el cumplimiento de los fines institucionales. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 15% señala que el nivel de la comunicación digital interna e identificación cognitiva es el óptimo. También, a nivel deficiente de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación cognitiva es deficiente (19.2%). A nivel regular de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación cognitiva es regular (53.8%). Y a nivel buena de la comunicación digital interna se presenta el nivel alto de la identificación cognitiva (14.3%). Finalmente, se procedió a ejecutar la prueba de hipótesis, donde se obtuvo como resultado el valor del nivel de significancia $P\text{-value}=0.000$, por ello, se admite la primera hipótesis específica.

Al respecto, los resultados coinciden con la tesis realizada por Egas y Yance (2018) constataron que las deficiencias de la comunicación interna repercuten en que el individuo en su sentido de identificación cognitiva no sienta preferencia en la elección de un grupo, la falta de interacción grupal y no promuevan la cordialidad

entre sus compañeros para el alcance de las metas institucionales, por ello es necesario que se diseñen estrategias de comunicación interna que apoyen a fortalecer la identidad corporativa.

De la misma forma, se argumenta teóricamente con Cortés (2011), quien asevera que la identificación cognitiva es el primer momento que experimenta un individuo de sentirse comprometido con determinada organización, donde se valora la preferencia de elección hacia determinado grupo, la cordialidad del grupo y la interacción grupal para optar por una decisión de lealtad. Asimismo, Aced et al. (2021) señalan que la comunicación digital interna refleja la razón de ser de la institución y corresponde con los resultados que se pretenden lograr de manera permanente., y concretiza de lo que se desea lograr, es una guía de responsabilidades y actividades compartidas por los miembros que integran la institución.

Igualmente, Marín et al. (2013), afirman que las políticas y lineamientos organizacionales permiten a la institución a poseer una visión que regule el comportamiento de sus colaboradores, ya que son directrices que deben ser interiorizadas y comprendidas porque contemplan las normas, responsabilidades y guías de orientación de acciones para la toma de decisiones en bien del cumplimiento de los objetivos institucionales.

Respecto al segundo objetivo específico, se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de manera significativa con la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021. Los resultados muestran que no se ha logrado un buen nivel de la comunicación digital interna e identificación afectiva. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 69% de los encuestados. Esta deficiencia es

importante para una entidad, puesto fomentar una adecuada comunicación digital interna permite que el potencial humano demuestre su involucramiento en las tareas, contribuir al objetivo grupal, cooperar y ser empáticos con sus compañeros de labores para concretar con las metas institucionales y beneficios colectivos. Por otro lado, un grupo menor apenas superior al 15% señala que el nivel de la comunicación digital interna e identificación afectiva es el adecuado. Además, se aprecia que, a nivel deficiente de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación afectiva es deficiente (19.2%). A nivel regular de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación afectiva es regular (50.0%). Y a nivel buena de la comunicación digital interna se presenta el nivel alto de la identificación afectiva (15.4%). Finalmente, se efectuó la prueba de hipótesis donde se obtuvo como resultado el valor del nivel de significancia $P\text{-value}=0.000$, por lo tanto, se admite la segunda hipótesis específica de la investigación.

Las investigaciones que han abordado estos puntos consideran que la comunicación interna promueve el sentido de afectiva como es el caso de la tesis de Cornetero et al. (2018) quienes concluyen que la estrategia de comunicación digital aplicada en el fanpage de la PNP se da de manera deficiente lo cual permite generar mayor vinculación con sus seguidores y se refleje en su imagen institucional.

En referencia a lo mencionado, tiene soporte teórico de Cortés (2011) quien afirma que una vez que el colaborador se siente parte de un grupo experimenta un profundo deseo de involucramiento, aportar al objetivo grupal, la cooperación grupal y muestra empatía con los miembros del grupo por el bienestar colectivo. También, Aced et al. (2021), señalan que los beneficios de la comunicación digital interna en

una organización es que se incrementa el sentido de pertenencia e identificación de los trabajadores hacia la institución.

Y en relación al tercer objetivo específico, se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de manera significativa con la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021, por ello, se admite tercera hipótesis específica. Los resultados revelan que no se ha logrado un buen nivel comunicación digital interna e identificación conductual. Esta afirmación queda demostrada en la respuesta de más del 75% de los encuestados; esta deficiencia es importante para una institución, puesto que el adecuado proceso de comunicación digital interna fomenta el sentido de pertenencia de los colaboradores, crea su afiliación con su grupo de trabajo y su sentido de compromiso para la consecución de las metas organizacionales. Por otro lado un grupo menor apenas superior al 15% señala que el nivel de la comunicación digital interna e identificación conductual es el óptimo. También, se evidencia que a nivel deficiente de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación conductual es deficiente (19.2%). A nivel regular de la comunicación digital interna, el nivel de la identificación conductual es regular (46.2%). Y a nivel buena de la comunicación digital interna se presenta el nivel alto de la identificación conductual (15.4%). Finalmente, se efectuó la prueba de hipótesis, donde se obtuvo como resultado el valor del nivel de significancia $P\text{-value}=0.000$, por ello, se admite la tercera hipótesis específica.

Otros estudios revelan que la comunicación organizacional mejora la identificación conductual del talento humano como es el caso de la tesis de Aburto (2019) quien concluye que cuando una Institución no posee una estrategia de comunicación interna, página web, redes sociales solo correo electrónico como su

medio principal de coordinación y comunicación, estos hechos no contribuyen de manera positiva en la identidad institucional en sus diversas fases como la conductual.

También, según lo expresado teóricamente por Brandolini et al. (2008, p. 36) “La comunicación digital interna es una herramienta de gestión que busca la eficacia en la recepción y en la comprensión de los mensajes orientados al público interno”. Además, Abbas y Ahmad (2019), dicen que es conveniente precisar que el compromiso organizacional resulta atractivo desde la perspectiva del colaborador, ya que promueve la estabilidad laboral, se fomenta las promociones y ascensos, un sistemas de recompensas por sus esfuerzos brindado en bien del cumplimiento de las metas organizacionales a largo plazo.

3.4. Adopción de decisiones

Se admite la hipótesis general “La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021”, propuesta acorde a la información recopilada, validada y discutida en los anteriores ítems; de igual manera, se han validado las hipótesis específicas, donde se ha relacionado la primera variable con las dimensiones de la segunda variable. En consecuencia, está evidenciado que se ha logrado los propósitos estipulados en la presente investigación.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021 ($p\text{-value}=0.000$), siendo el grado de vinculación Rho de Spearman igual a 0.958, el valor nos indica que la correlación es positiva muy fuerte. Además, se revela que no se ha logrado un buen nivel de la comunicación digital interna e identificación institucional, pues se encuentra en un nivel regular (57.7%). Esto quiere decir que la falta de una adecuada comunicación digital interna está repercutiendo en que no se logre el sentido de pertenencia e identificación de los colaboradores con la institución. Igualmente, no se observa que la información se proporcione de manera oportuna, suficiente y relevante. Finalmente, estos factores son responsables de la falta de integración y compromiso en el cumplimiento de los fines institucionales.
2. Se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021 ($p\text{-value}=0.000$), siendo el grado de asociación Rho de Spearman igual a 0.856. El valor indica que la correlación es positiva considerable. Igualmente, se evidencia que no se ha conseguido un buen nivel de la comunicación digital interna e identificación cognitiva, pues se encuentra en un nivel regular (53.8%). Es decir, la incorrecta comunicación digital interna repercute en que no se cree un ambiente de confianza entre todos los colaboradores, en la falta de una interacción permanente y en la ausencia del sentimiento de preferencia a un grupo o equipo de trabajo para el cumplimiento de las metas de la institución.

3. Se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash–2021 (p-value= 0.000), siendo el grado de asociación Rho de Spearman igual a 0.814, el valor nos indica que la correlación es positiva considerable. También, se evidencia que no se ha conseguido un buen nivel de comunicación digital interna e identificación afectiva, pues se encuentra en un nivel regular (50%). Ello significa que la deficiente comunicación digital interna ocasiona que el talento humano no demuestre su involucramiento en las tareas, no contribuya en el objetivo grupal, y no coopere con sus compañeros de labores en la consecución de las metas institucionales.

4. Se determinó que la comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021 (p-value= 0.000), siendo el grado de asociación Rho de Spearman igual a 0.792, el valor nos indica que la correlación es positiva considerable. Asimismo, se revela que no se ha logrado un buen nivel comunicación digital interna e identificación conductual, pues se encuentra en un nivel regular (46.2%). Ello significa que el inadecuado proceso de la comunicación digital interna en la institución repercute en que no se está fomentando el sentido de pertenencia de los colaboradores, no se ha logrado la afiliación de los grupos de trabajo ni el sentido de compromiso para la consecución de las metas organizacionales.

RECOMENDACIONES

1. Es relevante es que la entidad promueva Convenios Marco Institucionales que permitan fomentar el intercambio tanto a nivel científico, profesional, cultural e interinstitucional, tal es el caso de los múltiples beneficios que ofrece la Plataforma de Gobierno Digital del Perú y Cursos de Perú Educa del Ministerio de Educación, ello permitirá mejorar las competencias de los colaboradores en bien de la comunicación digital interna y permitir el fortalecimiento de la identificación institucional. Asimismo, es recomendable que el área encargada diseñe y ejecute diagnósticos para conocer si las condiciones tecnológicas de la institución, así como el nivel de expertise de los trabajadores respecto a su uso, para posteriormente identificar el impacto de las mismas en la identificación institucional.
2. Es recomendable que se organicen reuniones a nivel general y por áreas de trabajo para conocer el avance de las actividades, dificultades percibidas respecto a la transmisión de la información, conflictos interpersonales para el planteamiento de las posibles alternativas de solución, ello permitirá recopilar iniciativas y que el colaborador se sienta valorado por sus opiniones emitidas, que permitan generar una preferencia por su equipo de trabajo y la cordialidad en bien del cumplimiento de las metas institucionales. Para garantizar la eficacia de dichas reuniones los facilitadores deben desarrollar habilidades de comunicación que favorezcan la participación del personal de la institución educativa.
3. Es pertinente que la Institución planifique y programe periódicamente capacitaciones respecto al uso y manejo de las herramientas virtuales para fortalecer sus competencias digitales, conocimientos del puesto que permita la

- efectividad de la comunicación digital interna, generar la interacción, involucramiento, el trabajo en equipo y afianzar los vínculos interpersonales.
4. La planificación de acciones de comunicación interna deben quedar expresadas en un plan de comunicaciones en el que la entidad promueva, entre otras actividades, celebraciones extralaborales en fechas festivas para fortalecer las relaciones interpersonales entre todos los colaboradores, como las mañanas deportivas y almuerzos de confraternidad, que permita afianzar el sentido de pertenencia, afiliación compromiso por parte de los colaboradores.
 5. Es pertinente que se complementen con otros instrumentos y técnicas para el levantamiento de la información, de este modo profundizar la investigación y conseguir un resultado más minucioso respecto a las percepciones de la comunicación digital interna e identificación institucional. Otro aspecto relevante, es que para futuras investigaciones referente al tema de comunicación digital interna e identificación institucional se recomienda ampliar la población teniendo en consideración el ámbito geográfico, por sector económico, por tipo de entidad, entre otros, de este modo ejecutar un mayor análisis para la generalización de resultados y ratificar la relación entre ambas variables. Asimismo, que se complementen el marco teórico con bibliografía en otros idiomas como el inglés, portugués, alemán, etc., que permita enriquecer las doctrinas y postulados teóricos para consolidar mejor la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbas, Q. y Ahmad, S. (2019). Reliability and Validity Estimation of Urdu Version of Organizational Commitment Questionnaire-Revised. *Journal of Psychological Research*, 34(2), 255–276.
- Aburto, M. (2019). *La comunicación interna como herramienta para fomentar la identidad institucional de las universidades: caso aplicado al Campus María Zambrano, de la Universidad de Valladolid, en Segovia* [Tesis de Maestría]. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/37293>
- Aced, C., Arocas, M. y Miquel, S. (2021). *Manual de Comunicación Interna de DIRCOM 2021*. Dircom, Asociación de Directivos de Comunicación. <https://noticias.uai.cl/comunicacion-digital-un-desafio-constante/>
- Aguedo, J. y Huaromo, L. (2020). *Relación de la identidad visual de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo con la identificación institucional de sus estudiantes de pregrado, Huaraz 2018* [Tesis de Título Profesional]. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz-Perú. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45900>
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo S.L.
- Arcila, J. (2017). *Relación entre la comunicación interna con la identificación del personal administrativo y docente de la institución educativa San Marcelo - Trujillo, 2016* [Tesis de Título Profesional]. Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13171>
- Balmer, J. (2001). Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Marketing: Seeing through the Fog. *European Journal of Marketing*, 35(3), 248–291.

- Barrios, R. (2018). Cultura y Valores Organizacionales Emergentes en la Gerencia Transcompleja. *Revista Scientific*, 3(9), 214–232.
<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.9.11.214-232>
- Bedoya, S. (2017). *Comunicación interna en instituciones educativas oficiales de la ciudad de Montería, Colombia: El Caso de la Institución Educativa Cristóbal Colón*. Universidad Pontificia Bolivariana.
- Bizfit (2020, 24 de abril). Comunicación interna: uno de los principales retos de las empresas en tiempos de coronavirus. Equipo&Talento.
<https://www.equiposytalento.com/noticias/2020/04/24/comunicacion-interna-uno-de-los-principales-retos-de-las-empresas-en-tiempos-de-coronavirus>
- Brandolini, A., González, M. y Hopkins, N. (2008). *Comunicación interna: recomendaciones y errores frecuentes* (2ª ed.). La Crujía.
- Cardozo, S. y Vásquez, M. (2014). Herramientas de comunicación interna en la Universidad de Los Andes. *Visión Gerencial*(1).
- Carrero, Y. (2019). Identidad Corporativa y los Valores Organizacionales, desde un Liderazgo de Avanzada. *Revista Scientific*, 4(14), 347–366.
<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.14.17.347-366>
- Cervera, Á. (2015). *Comunicación total* (5ª ed.). ESIC Editorial.
- Cornetero, Y., Delgado, B. y Gómez, S. (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 Título Profesional]. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima-Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12336>

- Coronado, G., Valdivia, M., Aguilera, A. y Alvarado, A. (2020). Compromiso Organizacional: Antecedentes y Consecuencias. *Conciencia Tecnológica*(60).
- Cortés, D. (2011). Aportes para el estudio de la identidad institucional universitaria. El caso de la UNAM. *Perfiles Educativos*, 33(2), 43–65.
- Costa, J. (2001). *Imagen Corporativa del Siglo XXI* (Buenos Aires). Ediciones La Crujía.
- Cuenca, J. y Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC.
- Currás, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría Y Praxis*, 1, 9–34.
- Dircom. (2020). *Estudio La Comunicación Interna en tiempos de pandemia en España*.
- Domínguez, K. (2020). Methods of internal organizational communication in public schools, Chile. *Alteridad*, 15(2), 241–255.
<https://doi.org/10.17163/alt.v15n2.2020.08>
- EAE Business School (2017, 13 de enero). Medios y canales para la comunicación interna corporativa. <https://www.eae.es/actualidad/noticias/medios-y-canales-para-la-comunicacion-interna-corporativa>
- Egas, E. y Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil – Ecuador. *Revista Espacios*, 39(24).
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>
- Enrique, J. y Serrano, M. (2015). *Somos estrategias: Dirección de comunicación empresarial e institucional*. Editorial Gedisa.

- Garibay, C. y Zelada, K. (2019). *La comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores de la I. E. "Inca Garcilaso de la Vega", Huarney - 2019* [Tesis de Título Profesional]. Universidad César Vallejo, Chimbote- Perú.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45900?show=full>
- Gestión (2021, 4 de agosto). La comunicación interna: ¿cómo aporta valor en tiempo de teletrabajo? <https://gestion.pe/opinion/la-comunicacion-interna-como-aporta-valor-en-tiempo-de-teletrabajo-noticia/>
- Gigliotti, R. (2016). Institutional Identification and Sense of Community: Analysis of a New Online Graduate Public Administration Program. *Journal of Public Affairs Education*, 22(3), 399–414. <https://doi.org/10.1080/15236803.2016.12002255>
- Gómez, A. y Acosta, H. (2003). Acerca del trabajo en grupos o equipos. *ACIMED*, 11(6).
- Henry, K., Arrow, H. y Carini, B. (1999). A Tripartite Model of Group Identification. *Small Group Research*, 30(5), 558–581.
<https://doi.org/10.1177/104649649903000504>
- Hernández, R. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Interamericana Editores S.A.
- Hongwei, H. y Brown, A. (2013). Organizational identity and organizational identification: a review of the literature and suggestions for future research. *Group & Organization Management*, 38(1), 3–35.
<https://doi.org/10.1177/1059601112473815>
- I.E. N° 86349 República de Honduras (2022, 3 de enero). Facebook de la I.E. N° 86349 República de Honduras. <https://www.facebook.com/IE-N86349-Rep%C3%BAblica-de-Honduras-2538687816206706>

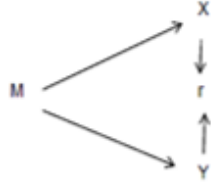
- López, D., Guamán, M. y Castro, J. (2020). La toma de decisiones y la eficacia organizativa en las PyMEs comerciales de la ciudad de Ambato (Ecuador). *Revista Espacios*, 41(22), 396–409.
- Luna, O., Armendariz, C. y Andrade, F. (2019). Cultura y clima organizacional en el desempeño laboral de empleados de los distritos costeros de educación en el Ecuador. *Universidad Y Sociedad*, 11(5), 327–335.
- Machado, H. (2003). Identity in the organizational context: perspectives for analysis. *Journal of Contemporary Administration*, 7, 51–73.
<https://doi.org/10.1590/S1415-65552003000500004>
- Marín, A., Ruiz, P. y Aristizábal, S. (2013). *Comunicación en las organizaciones y TIC: Sociología en las organizaciones e Influencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Fragua.
- Matos, Y., Martina, M., Barreto, Y. y Vethencourt, M. (2018). El trabajo en equipo para promover la participación de los actores sociales. *Revista De Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 20(2), 226–247.
- Mendoza, R. (2015). Insatisfacción laboral como predictor del ausentismo en un hospital público. *Revista Médica De Chile*, 143(8).
- Ministerio de Educación. (2022). *Perú ¿Cómo vamos en educación?*
<http://escale.minedu.gob.pe/perfil-regional>
- Mosquera, H. (2019). *Análisis Comunicacional del Fortalecimiento y Desarrollo de la Identidad Institucional como herramienta de comunicación interna dentro de la empresa ADN MÁSTER de la ciudad de Guayaquil en el 2019* [Tesis de Título Profesional]. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/41598>

- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2020). *Metodología de la investigación: Cuantitativa- Cualitativa y Redacción de la Tesis* (4ª ed.). Ediciones de la U.
- Romero, S. (2018). *Relación de la comunicación interna en la municipalidad de San Juan de Miraflores en la identidad corporativa*. Universidad San Martín de Porres, Lima- Perú. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4351>
- Stensaker, B. (2015). Organizational identity as a concept for understanding university dynamics. *Higher Education*, 69(1), 103–115. <https://doi.org/10.1007/s10734-014-9763-8>
- Tatamuez, R., Domínguez, M. y Matabanchoy, S. (2018). Revisión sistemática: Factores asociados al ausentismo laboral en países de América Latina. *Universidad Y Salud*, 21(1), 100–112. <https://doi.org/10.22267/rus.192101.143>
- Tello, G. (2018). *La comunicación organizacional interna y el compromiso institucional de los colaboradores del Hospital Nacional María Auxiliadora, Lima-2017* [Tesis de Maestría]. Universidad César Vallejo, Lima- Perú. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/17470>
- Tessi, M. (2019). *Comunicación interna en la práctica: Siete premisas para la comunicación en el trabajo*. Granica.
- Torres, L. (2012). *Manual de Gestión de la Comunicación Organizacional*.
- Vallares, A. (2012). *Cultura de reconocimiento en las organizaciones*. Transformat Consultores.
- Van, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. Prentice Hall.

- Vasquez, M. (2012). *Comunicación interna digital: Una herramienta para optimizar la consecución de objetivos en las empresas*. Universidad de Palermo.
- Verheyden, M. (2017). Social media and the promise of excellence in internal communication. *Journal of Organizational Ethnography*, 6(1), 11–25.
<https://doi.org/10.1108/JOE-09-2016-0020>
- Villafañe, J. (2002). *Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Pirámide.
- Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El Profesional De La Información*, 29(2).
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>

ANEXOS

Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021.</p>	Comunicación digital interna	<p>Lineamientos y políticas organizacionales</p>	<p>Conocimiento de la Visión.</p> <p>Conocimiento de la Misión.</p> <p>Conocimiento de los Valores.</p> <p>Conocimiento de los objetivos.</p> <p>Conocimiento de las Estrategias.</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Correlacional</p> <p>Diseño de la investigación</p> <p>No experimental- transversal.</p> 
<p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cómo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación cognitiva de</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>a) Determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación cognitiva de</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>H1: La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la</p>		<p>Estructura organizacional</p>	<p>Desarrollo de las funciones desempeñadas en el cargo.</p> <p>Toma de decisiones.</p> <p>Dificultades laborales.</p> <p>Instrucciones para la evaluación del desempeño laboral.</p>	<p>Población y muestra</p> <p>La población estuvo conformada por los 24 trabajadores de la I.E. N° 86349 República de</p>
				<p>Clima y cultura organizacional</p>	<p>Compromiso laboral.</p> <p>Coordinación de actividades.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Sistema de reconocimientos.</p>	

<p>los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021?</p> <p>b) ¿Cómo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021?</p> <p>c) ¿Cómo se relaciona la comunicación digital interna y la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021?</p>	<p>los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021.</p> <p>b) Determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021.</p> <p>c) Determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021.</p>	<p>identificación cognitiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021.</p> <p>H2: La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación afectiva de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021.</p> <p>H3: La comunicación digital interna se relaciona de manera directa y significativa con la identificación conductual de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Ancash – 2021.</p>	<p>Relaciones interpersonales</p> <p>Canales de comunicación digital interna</p>	<p>Resolución de conflictos laborales.</p> <p>Iniciativa y cooperación laboral.</p>	<p>Honduras, Chavín de Huántar, Ancash- 2021, la muestra es de carácter censal.</p> <p>Técnicas e instrumentos de la recolección de datos</p> <p>Técnica: La encuesta.</p> <p>Instrumento: El cuestionario.</p>	
				<p>Identificación cognitiva</p>		<p>Correo electrónico.</p> <p>Videoconferencias.</p> <p>WhatsApp.</p> <p>Facebook.</p>
				<p>Identificación afectiva</p>		<p>Preferencia de elección del grupo.</p> <p>Cordialidad del grupo.</p> <p>Interacción grupal.</p> <p>Involucramiento.</p> <p>Contribuir al objetivo grupal.</p> <p>Cooperación grupal.</p> <p>Empatía con los miembros del grupo.</p>
			<p>Identificación institucional</p>	<p>Identificación conductual</p>		

Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL
"SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO"



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CUESTIONARIO PARA LOS TRABAJADORES

Objetivo: La presente investigación tiene como propósito determinar la relación entre la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021.

Cuestionario confidencial amparado en el D.L. N° 604 – Secreto Estadístico.

Instrucciones: Lea cuidadosamente las siguientes preguntas y marque con una "X" la alternativa que Ud. crea conveniente:

I. DATOS GENERALES:

a. **Género:** Masculino Femenino

b. Edad

De 21 a 30 años.

De 31 a 40 años.

De 41 a 50 años.

De 51 años a más.

c. **Grado de estudios:** Bachiller Técnico superior Superior completo Postgrado

d. **Cargo:** Directivos Docentes Administrativos

I. DATOS PARA EL ESTUDIO

Marque con un (X) dentro del recuadro que Ud. considere de acuerdo a la escala de Likert del 1 al 5, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

COMUNICACIÓN DIGITAL INTERNA						
D1: Lineamientos y políticas organizacionales.		(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indiferente	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
1	Conozco la misión de la institución					
2	Conozco la visión de la institución					
3	Conozco los valores institucionales					
4	Conozco los objetivos institucionales					
5	Conozco las estrategias diseñadas por la institución para su avance.					
D2: Estructura organizacional						
6	Desempeño las funciones asignadas a mi cargo según la documentación brindada por la institución.					
7	Me siento involucrado en la toma de decisiones en mi lugar de trabajo					
8	La Institución promueve alternativas de solución oportunas para superar las dificultades laborales.					
9	Siento que la Institución informa de manera conveniente las instrucciones para la evaluación del desempeño laboral.					
D3: Clima y cultura organizacional						
10	Siento que la Institución fomenta el compromiso laboral en todo el personal.					
11	La Institución desarrolla de manera coordinada la programación de actividades con la participación de todo el personal.					
12	Siento que la Institución promueve el trabajo en equipo en todo el personal.					
13	La Institución posee un sistema de reconocimientos al personal.					

D4: Relaciones interpersonales					
14	Me parece que la Institución brinda soluciones efectivas frente a los conflictos laborales.				
15	Me parece que la Institución fomenta en su personal la iniciativa y cooperación laboral.				
D5: Canales de comunicación digital interna					
16	Recibo comunicación de la Institución sobre asuntos de diversa índole de manera oportuna a través del correo electrónico.				
17	Recibo información de la Institución con la debida anticipación sobre la programación de videoconferencias para las reuniones.				
18	Recibo información de la Institución sobre asuntos de diversa índole a través de WhatsApp				
19	Recibo información de la Institución sobre asuntos de diversa índole mediante Facebook.				

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL						
D1: Identificación cognitiva		(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indiferente	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
20	Siento preferencia por la Institución en la que laboro y estoy conforme con la asignación de un grupo de trabajo.					
21	Percibo la cordialidad de mis compañeros de trabajo de la Institución.					
22	Considero que en la Institución se fomenta la interacción grupal con todo el personal.					
D2: Identificación afectiva.						
23	Me siento involucrado con mi institución.					
24	Siento que contribuyo en el logro de los objetivos institucionales.					

25	Percibo que mis compañeros de trabajo cooperan activamente en el logro de los objetivos.					
26	Considero que como trabajador soy empático con mis compañeros.					
D3: Identificación conductual.						
27	Entendiendo que el sentido de pertenecía implica fomentar la cohesión, e integración en equipo, concluyo que me siento parte de la organización.					
28	Entendiendo que el sentido de filiación significa aceptar el grupo y generar vínculos de confianza entre los miembros de la organización. concluyo que yo me siento parte de la organización.					
29	Entendiendo que el sentido de compromiso significa demostrar lealtad con mi institución deseando el logro de metas institucionales. Concluyo que tengo sentido de compromiso con mi institución.					

Fecha:

Muchas gracias por su colaboración.

Entrevista a maestras

UNIVERSIDAD NACIONAL

“SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO”

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRANSCRIPCIÓN DE LA GUIA DE ENTREVISTA

La presente investigación tiene como propósito conocer cómo está la comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, Áncash – 2021.

Maestra 1 de género femenino (entrevistada telefónicamente el 15 de diciembre de 2021).

- **¿Cuáles fueron los cambios que se evidenciaron durante el confinamiento en la I.E. N° 86349 República de Honduras del Distrito de Chavín de Huántar, Áncash?**

Bueno días, manifestar que se apreciaron cambios muy abruptos a causa del Covid-19, se tuvo que dejar de lado el trabajo presencial y pasar al trabajo remoto, en las actividades educativas de los estudiantes, de la misma manera en el trabajo de coordinación entre todos los maestros, el personal administrativo y el personal de mantenimiento.

- **¿Qué acciones se realizaron para mejorar la comunicación digital interna en la I.E. N° 86349 República de Honduras?**

Para poder continuar con nuestras labores, se tuvo que capacitar a los maestros para el uso adecuado de las plataformas de videoconferencias como el *google meet*, *WhatsApp*, *Facebook*, entre otros, y de todas maneras se suspendieron todas las actividades de confraternidad de manera presencial, por lo tanto, se establecieron nuevas actividades diseñadas bajo la modalidad virtual.

- **¿Cuáles fueron los principales problemas que surgieron referente a la comunicación digital interna e identificación institucional en la I.E. N° 86349 República de Honduras?**

He percibido que no se establecieron adecuadamente los lineamientos y políticas organizaciones, por ello es el desconocimiento de la misión, la visión, los valores, los objetivos y estrategias institucionales. Asimismo, durante estos meses no se ha recibido reconocimiento que fomente el compromiso y la identidad institucional.

Maestra 2 de género femenino (entrevistada telefónicamente el 15 de diciembre de 2021).

- **¿Cuáles fueron los cambios que se evidenciaron durante el confinamiento en la I.E. N° 86349 República de Honduras del Distrito de Chavín de Huántar, Áncash?**

Durante el confinamiento pude apreciar que la Institución no estaba preparada para poder adaptarse a la nueva modalidad de trabajo, es decir el virtual.

¿Qué acciones se realizaron para mejorar la comunicación digital interna en la I.E. N° 86349 República de Honduras del Distrito de Chavín de Huántar, Áncash?

La Institución nos brindó capacitaciones referentes al uso de las TICS para brindar las clases desde nuestros domicilios, sin embargo, no fueron suficientes porque aún se presentan falencias en la mayoría de mis colegas.

- **¿Cuáles fueron los principales problemas que surgieron referente a la comunicación digital interna en la I.E. N° 86349 República de Honduras del Distrito de Chavín de Huántar, Áncash?**

Se aprecian deficiencias por la falta de adaptación para la recepción y entrega de documentos de forma digital, por ello hay retrasos, otro factor es la falta de soporte tecnológico y el acceso a internet que muchos de mis colegas tuvieron esas dificultades, Si bien se establecieron los canales virtuales como el correo electrónico, videoconferencias, *Whatsapp* y *Facebook*, pero no todo el personal logra recepcionar la información de manera pertinente, que también genera la inasistencia a las reuniones virtuales y por ello no se cumplen con las actividades programadas en los grupos de trabajo. Además, he apercibido que en los grupos de trabajo que me designan no todos cumplen con sus tareas generando retrasos en la entrega de informes, lo cual perjudica a todos por las constantes llamadas de atención por parte de la Dirección.

Validación de expertos

Nombre y apellidos del validador	Especialidad	Años de experiencia
Magister Jaime Teodorico Dextre Rodríguez	Docencia universitaria y Comunicador Social	19
Licenciada Cecilia Paredes López	Proyectos comunicacionales en instituciones educativas	8
Licenciada Tracy Chochabot Prenón	Gestora y asesora en proyectos comunicacionales	10

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad medir la percepción de la comunicación digital interna e identificación institucional, el mismo que será aplicado a los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del test titulado: **La comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar**, el cual será posteriormente utilizado como instrumento de investigación.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, adecuación contextual y dominio del contenido**. Para ello, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N°:1

Fecha actual: 03 de diciembre de 2021.

Nombres y Apellidos del Juez: Jaime Teodorico Dextre Rodríguez

Institución donde labore: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo

Años de experiencia profesional o científica: 19 años.



Jaime Teodorico Dextre Rodríguez
CPP N° 01114

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad medir la percepción de la comunicación digital interna e identificación institucional, el mismo que será aplicado a los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del test titulado: **La comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar**, el cual será posteriormente utilizado como instrumento de investigación.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, adecuación contextual y dominio del contenido**. Para ello, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N°:2 Fecha actual:13/12/21

Nombres y Apellidos del Juez: CECILIA PAREDES LOPEZ

Institución donde labore: 1577

Años de experiencia profesional o científica: 08 AÑOS



Firma del Juez

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad medir la percepción de la comunicación digital interna e identificación institucional, el mismo que será aplicado a los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del test titulado: **La comunicación digital interna y la identificación institucional de los trabajadores de la I.E. N° 86349 República de Honduras, Chavín de Huántar**, el cual será posteriormente utilizado como instrumento de investigación.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, adecuación contextual y dominio del contenido**. Para ello, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N.º: _3

Fecha actual: 13 / 12 / 2021

Nombres y Apellidos del Juez: Tracy Chochabot Prenón

Institución donde labora: Enseña Perú

Años de experiencia profesional o científica: 10



Firma del Juez

Base de datos

*Base de datos Yossy y Omar_1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

30 : P3 Visible: 53 de 53 variables

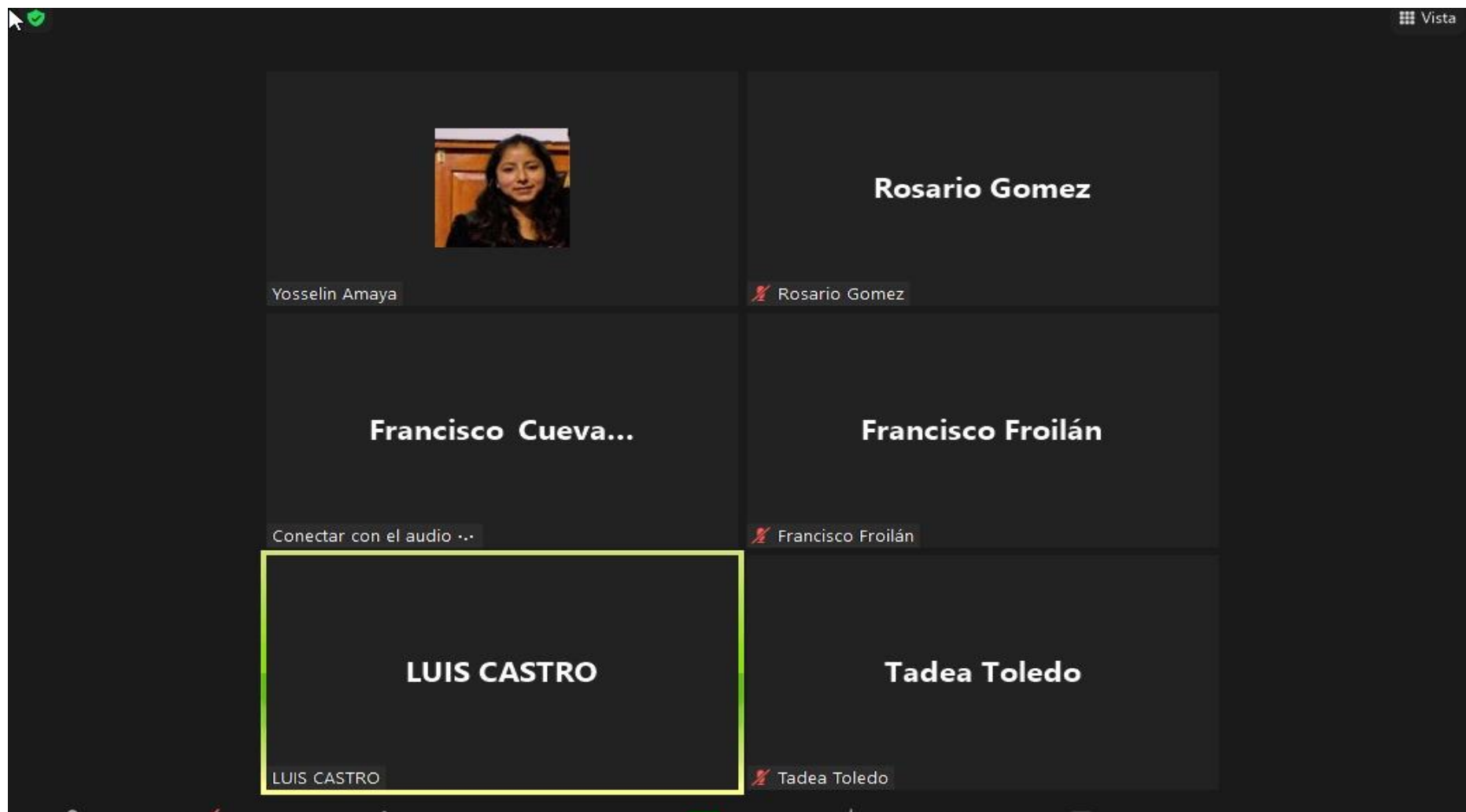
	GÉNERO	EDAD	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	CARGO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29			
1	1	4	4	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2				
2	1	3	4	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2			
3	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2			
4	2	4	2	2	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2			
5	2	3	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1			
6	2	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	3	1	1	2	1		
7	2	3	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	1	2	1	3	3	2	2	1	3			
8	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	1	2	1	1	1	3			
9	1	4	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1			
10	1	4	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2			
11	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2			
12	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2			
13	1	1	4	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2			
14	2	4	4	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	4	4	4			
15	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	3	4	3			
16	2	2	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	1	2		
17	1	4	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2		
18	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	4	4	4			
19	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	4	1	2	2	1	1	2	4	3			
20	1	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	2	1			
21	1	4	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	1	2	1			
22	1	4	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1		
23	1	4	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	4	1	2	1	1	1	1	2	1			
24	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	4	3			
25	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1		
26	1	1	3	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1		
27																																				
28																																				
29																																				
30																																				
31																																				
32																																				
33																																				
34																																				
35																																				
36																																				

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON



Evidencias



Información sobre la reunión

Vista

LUIS CASTRO
LUIS CASTRO

Yosselin Amaya
Yosselin Amaya

Rosario Gomez
Rosario Gomez

Francisco Froilán
Francisco Froilán

Francisco Cueva...
Conectar con el audio

Tadea Toledo
Tadea Toledo

Participantes (6)

- Yosselin Amaya (Anfitrión, yo)
- LC LUIS CASTRO
- FF Francisco Froilán
- RG Rosario Gomez
- TT Tadea Toledo
- FC Francisco Cueva Salas

Silenciar Iniciar video Seguridad Participantes Compartir pantalla Reacciones Aplicaciones Pizarras Más Finalizar Invitar Silenciar a todos

