



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

**La comunicación interna y cultura organizacional en
trabajadores en una empresa privada de hidrocarburos del
Callao**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Psicología**

AUTORA:

Fasabi Shupingahua, Angelita ([ORCID: 0000-0003-3304-7668](https://orcid.org/0000-0003-3304-7668))

ASESOR:

Dr. Grajeda Montalvo, Alex Teófilo ([ORCID: 0000-0001-5972-2639](https://orcid.org/0000-0001-5972-2639))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo Organizacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico esta investigación, a Dios por ser mi luz, mi guía en mi camino. A mi amada madre Elita quien es mi fuerza y mi motivación para salir adelante, agradezco sus valiosos consejos y el apoyo constantes que me da para cumplir mis objetivos en cada etapa de mi vida.

Agradecimiento

Agradezco al sr. Miguel Monge, Cristina Limas, por brindarme las facilidades para la realización del estudio en la empresa Zeta Gas Andino S.A. Seguidamente quiero expresar mi gratitud a mis amigos quienes siempre estuvieron apoyándome en mi crecimiento profesional.

Índice de contenidos

	Pág.
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	ii
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	10
3.2 Variables de operacionalización.....	10
3.3. Población, muestra y muestreo.....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección.....	13
3.5. Procedimiento.....	14
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.5. Aspectos éticos.....	15
IV. RESULTADOS.....	16
IV. DISCUSIÓN.....	24
V. CONCLUSIONES.....	28
VI. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS.....	1

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Población de los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao.....	11
Tabla 2. Selección de la muestra de los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao.....	12
Tabla 3. Niveles de comunicación interna de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Calla.....	16
Tabla 4. Niveles de comunicación interna según área de los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao.....	17
Tabla 5. Diferencias significativas en el tipo de cultura organizacional según sexo en los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao.....	18
Tabla 6. Diferencias significativas en cultura de club según sexo en los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao	19
Tabla 7. Diferencias significativas en cultura de equipo según sexo en los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao	20
Tabla 8. Diferencias significativas en cultura de fortalezas según sexo en los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao	21
Tabla 9. Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.....	22
Tabla 10. Relación más prevalente entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.....	23

RESUMEN

El presente estudio buscó determinar la relación más prevalente entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao. La población fue de 146 donde se obtuvo una muestra de 106 colaboradores, se aplicó a hombres y mujeres del área de administración y comercialización; se desarrolló bajo un diseño no experimental, correlacional, de un tipo básico. Así mismo, para la obtención de datos, se utilizó el Cuestionario de Comunicación Interna (Anselmo, 2018), y el Test de Escala de Comportamiento Organizacional 30 Cultura Organizacional (Pereyra, 2015). En el análisis estadístico se concluyó que sí existe una relación significativa ($p=0,022$) entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao, según el coeficiente de correlación de 0,542, así también se encontró que existe diferencias significativas en la cultura de fortalezas con un tamaño de efecto medio a favor del sexo masculino ($p<0,05$).

Palabras clave: Comunicación interna, cultura organizacional, trabajadores

ABSTRACT

This study sought to determine the most prevalent relationship between internal communication and the types of organizational culture of employees in a private hydrocarbon company in Callao. The population was 146 where a sample of 106 collaborators was obtained, it was applied to men and women from the area of administration and marketing; it was developed under a non-experimental, correlational design of a basic type. Likewise, to obtain data, the Internal Communication Questionnaire (Anselmo, 2018) and the Organizational Behavior Scale Test 30 Organizational Culture (Pereyra, 2015) were used. In the statistical analysis, it was concluded that there is a significant relationship ($p=0.022$) between internal communication and the types of organizational culture of the collaborators in a private hydrocarbon company in Callao, according to the correlation coefficient of 0.542, as well as found that there are significant differences in the culture of strengths with a medium effect size in favor of the male sex.

Keywords: Internal communication, organizational culture, workers

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones en el mundo están preocupadas constantemente en perfeccionar los sistemas de comunicación, con el objetivo de alcanzar el éxito y lograr ser más competitivos, teniendo siempre en consideración aspectos preponderantes de las comunicaciones, que se dan entre las organizaciones, los trabajadores y los clientes, dado que la comunicación que se establece en una organización, también llamada comunicación interna, es una de las áreas menos consideradas y al mismo tiempo, es la mayor problemática que se da en las empresas, debido a que, en muchas oportunidades los trabajadores no se encuentran satisfechos en sus centros de trabajo, producto de las interrelaciones y una defectuosa comunicación entre los colaboradores, debido a estas razones podemos observar que se producen constantes manifestaciones y huelgas con el propósito de mejoras laborales, ya que no existe una comunicación deseable.

De acuerdo al Ministerio de Trabajo Promoción y Empleo (2020) se contabilizó en el sector privado 23 huelgas, conllevando a una pérdida de 3 653 184 Horas-Hombre, siendo la causa principal el incumplimiento de normas con un 61%, ello nos demuestra que no se estableció una buena comunicación y no se llegó a acuerdos equivalentes dentro de las empresas.

Según, Carbajal (2015) la comunicación interna, no se encuentra ubicada como un modo primordial de recolección de datos, esta inadecuada utilización ocasiona errores en la comunicación, ya que la información sufre una distorsión y no llega de forma correcta. Una defectuosa comunicación interna constituye una de las principales problemáticas que están teniendo diversas organizaciones públicas y privadas a nivel mundial, nacional y local, es por ello que Álvarez (2013) señala que se debe diligenciar la comunicación interna en función a la cultura organizacional, esto nos ayuda a observar dentro de las empresas si es necesario fomentar valores que puedan dirigir a la misión y llegar a la visión, de tal manera, también se obtiene un clima laboral favorable, en el cual todos se comprometan y se unan, indicando que los mensajes que se recibieron los han interiorizado, los

hicieron propios, con todas estas motivaciones el poder cumplir con los objetivos de la compañía, serán muy beneficiosas.

El Perú se encuentra en constantes cambios donde se puede observar el desarrollo económico y grandes oportunidades en el cual las organizaciones deberían estar preparadas para poder sobrellevar los nuevos cambios y poder liderarlos. En la actualidad la comunicación interna es importante y fundamental, por ello las organizaciones le están dedicando mayor atención, pero les está faltando un mayor impulso e interés de parte las instituciones, ya que, las organizaciones se encuentran buscando varias estrategias para obtener el éxito, sin tener en consideración que la comunicación interna debería ser un componente importante para su plan estratégico, el cual es importante para cada organización, puesto que, podría ser útil llegar a tener una excelente estrategia si no tenemos la posibilidad de poderlas comunicar en el interno de la organización (Antezana, 2013).

Además, según la empresa Apoyo (2020) en una encuesta realizada a nivel nacional en donde participaron 200 colaboradores en su gran mayoría eran gerentes y jefes de empresas que tenían a su cargo a más de 1,000 trabajadores de diversas áreas del empresariado, respondieron a la pregunta de ¿cuál debería ser el propósito primordial que debería cumplir la comunicación interna?, en la cual un 74% señalaron que es importante fortalecer la cultura organizacional como un objetivo principal.

A nivel local en la provincia del Callao la problemática de las empresas privadas de hidrocarburos es que no está debidamente implementada la cultura organizacional, no habiendo una estrategia de incorporación de nuevas tácticas y propósitos a mediano y largo plazo. También existe una resistencia por parte de algunos trabajadores a adaptarse a los nuevos cambios, ya que, están acostumbrados a no tener una supervisión constante. Para estas situaciones la comunicación interna es un método importante, de este modo las organizaciones no se afecten en la realización de sus objetivos y en el desempeño de sus funciones laborales.

Cuando la cultura de la organización tiene cambios drásticos y no se incluye a los trabajadores, ocasiona incertidumbre y confusión dentro del grupo, esto puede llevar a tener un efecto en el clima laboral de la organización pudiendo pasar que se genere un rechazo a estos nuevos cambios, es decir que no solo se debe explicar de lo que está aconteciendo en la organización, si no también lograr que se involucren pudiendo tener algunas participaciones en la toma de decisiones con respecto a la empresa.

Por consiguiente, es importante efectuar este estudio teniendo en consideración el problema de la investigación, se podrá establecer si ¿Existe relación entre comunicación interna y cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao?

El estudio se justifica teóricamente, por la necesidad de poder restablecer una comunicación interna para que se pueda desarrollar una cultura organizacional acorde a su realidad problemática. Asimismo, proporcionara información referente al vínculo que existe entre las variables la comunicación interna y cultura organizacional. La justificación práctica será, contribuir con datos de utilidad para las empresas en su implementación de nuevas políticas organizacionales. Este estudio pretende servir de alcance para exponer la importancia de la comunicación interna, además, de cultura organizacional, siendo ambas el complemento necesario para llevar a cabo con éxito los objetivos de la organización. A nivel tecnológico, los procedimientos técnicos efectuados en el presente estudio pueden ayudar para otros estudios similares. En cuanto al ámbito social, numerosos estudios han demostrado que tener trabajadores con conocimientos previos sobre la importancia de la comunicación interna influye positivamente a la cultura organizacional, la productividad y el compromiso con el cumplimiento de los objetivos

Asimismo, se plantea como el objetivo general: determinar la relación más prevalente entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao. Los objetivos específicos serán los que a continuación se detalla primero: describir los niveles de comunicación interna de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao, segundo: describir los niveles de comunicación según

áreas de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao, tercero: Identificar si existen diferencias significativas en los tipos de cultura según sexo de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao, cuarto: determinar la relación entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.

Se tiene como la hipótesis general: existe una relación entre comunicación interna y los tipos de cultura organizacional en una empresa privada de hidrocarburos del Callao. Del mismo modo las hipótesis específicas son las siguientes. Primero: existe un nivel bajo de comunicación interna de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao. Segundo: existe un nivel bajo de comunicación según áreas de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao. Tercero: existen diferencias significativas en los tipos de cultura, según sexo de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao. Cuarto: existe relación entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.

II. MARCO TEÓRICO

En el estudio no se encontraron estudios locales, como consecuencia se comienza viendo las siguientes investigaciones nacionales, Torres, et al., (2016) en su investigación tuvo como propósito analizar las probables correlaciones entre el clima organizacional y la cultura de seguridad del paciente en un hospital público de Lima, tuvo como objetivo crear alternativas factibles que contribuyan en perfeccionar la calidad de la atención de los pacientes. Se usó la Escala de Clima Organizacional y el cuestionario sobre seguridad de los pacientes, estadísticamente nos revela que los instrumentos han sido validados y son confiables. La muestra fue de 155 trabajadores, entre médicos y enfermeras. Llegando a la conclusión que hay una relación significativa entre el clima organizacional y la cultura de seguridad del paciente. Los resultados nos presentan que las enfermeras valoran mejor el clima organizacional y la cultura de seguridad del paciente que los médicos.

Según Ballarta (2017) buscó establecer como fin el vínculo de comunicación interna y cultura organizacional, como resultado relacionados al objetivo de la investigación se encontró un vínculo entre las dos variables de 0,740 que nos refiere que si existe una correlación positiva y una significancia de 5% también se puede referir que podríamos tener igual grado de vinculación si lo elaboramos con un nivel de relevancia del 1% (correlación significativa del 0,01 bilateral) se puede ver que la jerarquía preponderante relacionado a comunicación interna es óptimo 55,8%, seguido del nivel regular con 37,2%, también con la segunda variable tiene un nivel de predominio elevado con 48,8% seguido del nivel medio con 42.2%. La conclusión a la cual se llegó fue que hay una correlación positiva (Rho de Spearman= 0,850) entre ambas variables.

Anselmo (2018) hizo un estudio cuyo propósito fue establecer la relación de comunicación interna y cultura organizacional, teniendo como población 60 colaboradores, se puede observar en los resultados las dos variables con un coeficiente de conformidad directa en un nivel medido bajo $r= 0,360$, es decir que las dos variables tienen una correlación directa en un nivel moderado, el valor de

relevancia es $p=0,005$, quiere decir que hay una correlación estadísticamente significativa. Conclusión que hay vínculo entre las dos variables.

Flor (2018) menciona su fin primordial y fue establecer el vínculo de comunicación interna y cultura organizacional. Como resultado según la tabla, Pearson en el cual se utilizó para poder determinar el nivel de vinculación de las dos variables nos está señalando un nivel de significancia de 0,01 (bilateral) y una correlación de 0,677 que se estima una relación positiva moderada. Las conclusiones a las que se llegaron fueron de que si existe relación entre ambas variables.

Céspedes y Chiroque (2019) menciona el propósito determinar el vínculo entre la comunicación interna y la cultura organizacional, tiene un diseño correlacional de tipo básica, para esta investigación se utilizó una población de 21 colaboradores, se aplicaron procedimientos estadísticos para los resultados iniciando con la elaboración de tablas y gráficos. Se pudo obtener en la comunicación interna el 95,2% de los colaboradores que participaron en la encuesta tienen un nivel bueno y con respecto a la cultura organizacional el 100% de los individuos poseen un grado regular. Asimismo, se hallaron que hay un vínculo positivo revelador entre la comunicación interna y la cultura organizacional ($p<0.05$). Se llegó a la conclusión que hay un vínculo significativo entre las dos variables.

Bueno (2020) su propósito es establecer el vínculo de comunicación interna y cultura organizacional. El resultado divisamos una significancia bilateral = 0,000 $<0,05$ conforme a la regla de significancia además el coeficiente de relación es de 0,85 y conforme al cuadro de Spearman hay una relación positiva. Se concluye un vínculo positivo considerable de las dos variables, según la fórmula de correlación de 0,85 (85%).

En cuanto a las investigaciones internacionales se tiene a Trujillo (2016) sostuvo como propósito general establecer el vínculo de comunicación interna y cultura organizacional. De enfoque mixto y exploratorio se utilizó la entrevista y el cuestionario. La conclusión de la investigación que la comunicación interna es primordial y fomentar valores en la institución, permitiendo el bien de la

organización, individual y común de los que la conforman al producir desenvolvimiento humano y reforzar la cultura organizacional.

Paredes (2019) tuvo el propósito general establecer la relación entre la comunicación organizacional interna y el compromiso laboral, el cual se aplicó un diseño cuantitativo- correlacional no experimental transversal, con una metodología deductiva, mediante encuestas aprobadas internacionalmente con una población muestral de 200 colaboradores. Se concluye que hay vinculación entre ambas variables también refiere que se deberían hacer mejoras en la comunicación interna dirigidas a fortalecer el compromiso laboral de los empleados.

Chicaiza (2020) tuvo como fin establecer el vínculo de comunicación y compromiso organizacionales el estudio es correlacional, transversal no experimental, como resultado existe un bajo nivel de comunicación y compromiso organizacional, de la misma forma a la prueba del Chi cuadrado. La deducción de la investigación refiere no existe relación entre la comunicación organizacional, por ello se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, en consecuencia, la comunicación no afecta el compromiso organizacional.

Seguidamente se expone la parte de los fundamentos teóricos relacionadas a la comunicación interna. Se toma a la teoría de los sistemas sociales de Luhmann la cual constituye la base teórica de la información que fue propuesto por Shannon y Weaver con la teoría general de sistemas de Von Bertalanffy. Según Luhmann (Anselmo, 2018) toma en cuenta a la comunicación como un método de carácter social utilizando elecciones operados a través de varias técnicas. De esta forma, Luhmann refiere que la comunicación es un sistema con una dirección funcional de intercambio de indagaciones o informaciones, así como también hace realizable una organización que pueda ser dinámica de todo que esté vinculado con el sistema social.

Según Robbins y Judge (2009) refieren que la comunicación en el interior de una empresa es el proceso en donde se efectúa la difusión del significado de un mensaje de una persona a otra; aunque, el escritor manifiesta para que pueda existir una apropiada comunicación es imprescindible la emisión y el entendimiento de la importancia del mensaje.

De acuerdo a esta teoría Formachuck (2009) menciona las siguientes dimensiones:

La primera es esencial: esta trata de que los integrantes de la organización sepa coordinar, actividades que incluyan el factor tiempo, recursos, etc. como segunda dimensión esta la operativa, la cual hace mención a que los trabajadores sepan realizar sus actividades laborales; la siguiente dimensión es la estratégica, aquí se observa la razón del porque los trabajadores deberían hacer dichas actividades; la cuarta es la dimensión valorativa, donde se toma en cuenta los valores que se tengan teniendo como características que sean originales, demostrables y aplicables, considerándose sumamente importantes; seguido esta la dimensión motivacional, aquí se pone de manifiesto que el trabajador se sienta conforme con su desarrollo dentro de la organización y por ende este orgulloso de formar parte de la organización conllevando a un adecuado ambiente; la dimensión aprendizaje comprende el sentido de la retroalimentación en torno al desempeño que tenga el trabajador en la organización; por último esta la dimensión inteligencia, la cual hace referencia al espacio que se genere en donde los trabajadores puedan exponer sus ideas y aportes para llevar la mejoría de la organización.

De acuerdo a la teoría mencionada anteriormente, Bertalanffy (1974) menciona que se encuentra vinculada a la idea general de las técnicas, para esta teoría se estima que es un componente de porciones individualizados, que se ubican en interrelación y adecuación constante continua a la variación del entorno con el fin de alcanzar un propósito deseado. Cualquier cambio en cada uno de los elementos modificará inevitablemente al resto.

Cobran mayor relevancia las definiciones del entorno y cultura en el marco de las organizaciones que están orientados en realizar un mejoramiento en el vínculo y el habito humano en el entorno de trabajo. La cultura particular de cada empresa posibilita a los integrantes proporcionar un sentido práctico de las experiencias organizativa. Interpretando dicha cultura a manera de un método de razonamientos, acciones, creencias y valores, así como también, poder comprender la interrelación de los componentes, dando como resultado la obtención de una identidad a la organización, existiendo una de las principales características de cada organización (Felix, 2014).

Conforme a lo referido, se entiende que la comunicación es estimada como un procedimiento; como componentes como: emisor, código, mensajes, canal y receptor; además para que el método pueda tener un funcionamiento es primordial que cada uno de los componentes puedan encajar, logrando de esta manera alcanzar a tener una comunicación más positiva. Como ejemplo, al no funcionar el código entre emisor y receptor el mensaje no alcanzará a ofrecerse impidiendo la comunicación (Castro, 2014).

La segunda variable Cultura organizacional, está relacionado a la teoría de Schein, la cultura organizacional puede ser definido como *“un modelo de suposiciones básicas inventadas, reconocidos o evolucionados por un determinado equipo, al ir conociendo a afrontar las dificultades de aclimatación extrínseco e intrínseco, que hayan realizado el autosuficiente predominio para ser admirados y validados, de tal manera educarlos a los inexpertos integrantes de forma apropiado para distinguir y creer en los contratiempos”* (Schein, 1988).

Los niveles de cultura no son inmovibles ni independientes, se relacionan y forman las presunciones y suposiciones básicas de la cultura organizacional, las suposiciones y creencias que dividen los grupos dentro de la empresa corresponden a la propia esencia de la cultura. La cultura debería ser mirada como una agrupación de experiencias valiosas y significativas tanto en los ámbitos internas y externas que los colaboradores han experimentado y aplicado estrategias para adaptarse dentro de la organización, por ello se ha creado una convivencia general de los que lo rodea y el lugar que ocupa dentro de la empresa (Pedraza, et al., 2015).

Conforme a Pereyra (2015) menciona a 4 tipos de cultura: la primera es cultura académica, esta guarda relación con la forma de organizarse según la jerarquía, liderazgo que lleva el organizador, valores en acatar las reglas y el éxito de permanecer; la segunda es la cultura de equipo, es acorde a la organización según las soluciones propuestas, el desarrollo de la persona en el trabajo y la innovación que se toma en cuenta como valor; la tercera cultura es club, se logra con la cohesión, la lealtad y el hecho de pertenecer al club; por ultimo esta la cultura fortalezas, aquí distintas áreas de especialidad se hacen presentes para trabajar, se observan los objetivos y el éxito recae sobre cumplirlos y ser competitivo.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

El estudio es de tipo básico, según Rodríguez (2011) Está orientada en la indagación de nuevos conocimientos y nuevas áreas de investigación, sin tener algún fin práctico en específico. La finalidad primordial del estudio básico es el desarrollo de la ciencia, el mismo que es posible lograr en la perspectiva de su conocimiento, de su demostración o de su predicción. También, Ander-Egg (2011) Es el estudio básico aquello que se llevó a cabo con la intención de ampliar el conocimiento teórico para el buen desenvolvimiento de una determinada ciencia, sin tener algún interés para una posible aplicación práctica.

El diseño es no experimental, descriptivo correlacional, según los autores Kerlinger y Lee (2002) refieren que el diseño no experimental es la indagación experimental, organizada, donde el científico no dispone la verificación directa de las variables independientes por que sus manifestaciones que han ocurrido son inherentes no manipulables. Así mismo el diseño descriptivo-correlacional el autor Cazau (2006) refiere “Que la investigación correlacional busca determinar cómo relacionar los diversos fenómenos del estudio entre sí”.

3.2 Variables de operacionalización

Comunicación interna.

Definición conceptual: refiere que la comunicación en el interior de una empresa es el proceso en donde se efectúa la difusión, comprensión de un mensaje de una persona a otra; aunque, el escritor manifiesta para que pueda existir una apropiada comunicación es imprescindible la emisión y el entendimiento de la importancia del mensaje, según Robbins y Judge (2009).

Definición operacional: debido a la valoración que tiene la comunicación interna se aplicara el cuestionario de comunicación interna que está compuesta de 20 ítems y 5 alternativas como respuesta que son: nunca, ocasionalmente, algunas veces,

frecuentemente, Siempre, así mismo tiene siete dimensiones que son: esencial, operativa, estratégica, valorativa, motivacional, aprendizaje, inteligencia. Tiene escala tipo Likert.

Cultura organizacional.

Definición conceptual: “Es la contestación instruida de las experiencias de los colaboradores que pueden ser de modo interno o externo, que va produciendo hábitos y conductas en el interior de un género definido”. La cultura organizacional es un grupo de pericias relevantes, se pueden dar en el interior y fuera de las organizaciones en el cual los trabajadores implementaron adentro de las mismas. (Schein, 1988, pp.25-34)

Definición operacional: Las valoraciones que tiene Eco 30 Cultura organizacional está compuesta de 24 ítems contando con 7 alternativas que serán: Total desacuerdo, Muy en desacuerdo, Ligero desacuerdo, Ni acuerdo ni desacuerdo, Ligero acuerdo, Muy de acuerdo, Total de acuerdo. Siempre de respuestas teniendo cuatro dimensiones que son cultura académica, cultura de equipo, cultura de club, cultura de fortaleza.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: conformada por 146 colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao los mismos que fueron ordenados de la siguiente forma:

Tabla 1

Población de los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao

Trabajadores	H	M	Total	H (%)	M (%)	Total (%)
Administrativos	32	65	86	22	45	59
Ventas (comercialización)	25	41	60	17	28	41
TOTAL	58	110	146	40	75	100

Muestra: Para estudiar o inferir las propiedades representativas de la población del presente estudio la muestra está compuesta por 106 colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao.

La fórmula que se aplicó para determinar la muestra es el siguiente:

$$n = \frac{NZ^2 p (1-p)}{(N-1) e^2 + Z^2 p (1-p)}$$

Dónde:

N = Población de estudio = 146

p = Eventos favorables = 0.5

Z = Nivel de significación = 1.96

e = Margen de error = 0.057

n= 106

Tabla 2

Selección de la muestra de los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao

Trabajadores	H	M	Total	H (%)	M (%)	Total (%)
Administrativos	27	36	63	25	34	59
Ventas (comercialización)	12	31	43	11	29	41
TOTAL	37	69	106	35	65	100

Muestreo: Se consideró el muestreo probabilístico debido a que los componentes que establece el universo tienen una probabilidad de ser escogidos para la muestra así refiere los autores “Garantizan que los colaboradores en general conforman la población y tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra” (Otzen y Manterola, 2017, p.228).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección

El cuestionario está elaborado por una serie de preguntas con vinculación de una o también podría ser más variables a ser medidos. Estas formas recopilan los datos desde la óptica de los participantes, en un momento determinado (Rodríguez, 2017).

Para la acumulación de información se aplicó las pruebas psicométricas, las cuales están normalizadas y están compuestas por ítems debidamente validados, al cual brindan datos solicitada la prueba que se usó para cuantificar la primera variable comunicación interna es de Alejandra Anselmo (2018) y segunda variable se utilizó Test de Escala de Comportamiento Organizacional 30 Cultura Organizacional. José Pereyra (2015)

Ficha técnica del cuestionario de comunicación interna

Título: Cuestionario de Comunicación Interna Organizacional

Autor: María Alejandra Anselmo Colmenares

Año: 2018

Objetivo: Evaluar la comunicación interna dentro de la organización.

Ámbito de aplicación: Adultos trabajadores

Tipo de aplicación: Individual y Colectiva

Tiempo de Aplicación: 10 a 15 minutos

Total, de ítems: 20

Validez y confiabilidad: este cuestionario de comunicación interna se creó en el país de Perú, alcanzando una muestra mediante un estudio piloto, compuesto por 30 colaboradores entre hombres y mujeres, así mismo se efectuó la validez de contenido mediante el método de criterio de jueces, siendo validado por tres expertos en el tema, se hizo una prueba binomial para saber el nivel de significancia, en cuanto al índice de confiabilidad se obtuvo a través del Alfa de Cronbach un valor muy alto de 0,826.

Ficha técnica del test de ECO 30

Nombre del test : Escala de Comportamiento Organizacional 30 Cultura Organizacional.

Compilador : José Luis Pereyra Quiñones

Año de rediseño : 2015.

Sustento teórico : Teoría las 4 culturas organizacionales de Jeffrey Sonnemfeld.

Dirigido a : Personal de planta, obreros, administrativos y gerentes personas de 18 a 70 años

Evaluación : Evalúa los cuatro tipos de cultura organizacional teóricos: cultura académica, cultura de equipo, cultura de club y cultura de fortalezas

Propósito : Evaluar la cultura organizacional predominante en la empresa en forma global y específicamente en cada área de trabajo.

Duración : Esta escala es de tiempo libre, la mayoría termina en 10 minutos

Validez y confiabilidad: el instrumento escala Eco 30 de cultura organizacional alcanzo la validez con el criterio de jueces, por medio el coeficiente de validez de Aiken se procedió con los acuerdos y desacuerdos de los expertos, con un índice de 1.0 es decir, que el instrumento ha sido validado con una buena aceptación obteniendo el nivel de validez muy bueno, asimismo se elaboró la confiabilidad por el Alfa de Cronbach logrando a un índice .914 nos indica que es confiable.

3.5. Procedimiento

El presente estudio se llevó a cabo de forma gradual. En el primer orden se determinó las variables de la investigación en el marco teórico; en consiguiente, se procedió a solicitar el permiso correspondiente del gerente de la empresa para la aplicación, así como también los instrumentos que se usaron a continuación se requirió su aprobación a cada uno de los colaboradores para que se pueda establecer la muestra puesto que es un estudio probabilístico. Conforme a la

distribución de la información conseguida en la tabla se utilizó la realización de pruebas no paramétricas de Spearman.

3.6. Método de análisis de datos

El presente estudio estuvo preparado con un sustento de información para los dos instrumentos, se utilizó una hoja de cálculo en formato Excel que fueron descargadas del formulario, luego empleo el estadístico SPSS versión 25 usando la prueba de Kolmogórov- Smirnov. También se utilizó el SPSS versión 25 para la elaboración de las tablas de frecuencias para poder conseguir los porcentajes.

3.7. Aspectos éticos

El estudio se encuentra respaldada por las normas éticas en merito a que los datos que se consiguieron están cumpliendo con los criterios de objetividad, confiabilidad, originalidad y de confidencialidad. Lo señalado se encuentra reflejado con la prueba de confiabilidad y se ha tomado en cuenta la Guía de Elaboración del Trabajo de Investigación de la Universidad. Además, se cuenta con la autorización de los autores de los instrumentos y se está respetando lo indicado en el código de ética del Colegio de Psicólogos del Perú.

IV. RESULTADOS

Tabla 3

Niveles de comunicación interna de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao

Comunicación Interna					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Niveles	Alta	45	42,5%	42,5%	42,5%
	Media	61	57,5%	57,5%	100,0%
	Bajo	0	0	0	100
	Total	106	100,0%	100,0%	

Según los niveles de comunicación, se encuentra el mayor porcentaje en el nivel medio con un 57,5%, así también existe un 42,5% en el nivel alto lo que indica que los colaboradores presentan una buena comunicación interna con la empresa.

Tabla 4

Niveles de comunicación interna según área de los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao

Nivel		Área		Total
		Administración	Comercialización	
Alta	Recuento	30	15	45
	%	47,6%	34,9%	42,5%
Media	Recuento	33	28	61
	%	52,4%	65,1%	57,5%
Baja	Recuento	0	0	0
	%	0%	0%	0%
Total	Recuento	63	43	106
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Se muestra que los colaboradores del área de administración presentan mayor comunicación interna, puesto que, se encuentra el 47,6% en un nivel alto.

Tabla 5

Diferencias significativas en el tipo de cultura organizacional según sexo en los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao

Cultura académica		n	Rango promedio	Suma de rangos	U de Mann-Whitney	Sig.
	Mujer	67	55,44	3714,50		
	Hombre	39	50,17	1956,50	1176,500	0,386
Sexo	Total	106		<i>d</i>	0,166	
				W de Wilcoxon	1956,500	
				Z	-,867	

De acuerdo a la tabla en el tipo de cultura académica, no existen diferencias significativas según sexo, sin embargo, se considera la existencia de un tamaño de efecto pequeño.

Tabla 6

Diferencias significativas en cultura de club según sexo en los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao

Cultura club		N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	D de Cohen			
Sexo	Mujeres	67	43,58	28,588	3,493	0,3			
	Hombres	39	52,05	27,737	4,442				
						-0,09 – 0,69			
Prueba de Levene de igualdad de varianzas				prueba t para la igualdad de medias					
						95% de intervalo de confianza de la diferencia			
	F	Sig.	t	gl	Sig.	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	Inferior	Superior
Se asumen varianzas iguales	,000	,995	-1,487	106	,140	-8,46	5,696	-19,76	2,82
No se asumen varianzas iguales			-1,499	81,56	,138	-8,469	5,650	-19,71	2,77

En la tabla 6 se puede observar no se hallan diferencias significativas según sexo en el tipo de cultura club, sin embargo, se muestra un tamaño de efecto pequeño que favorece al sexo masculino.

Tabla 7

Diferencias significativas en cultura de equipo según sexo en los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao

Cultura de equipo		N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	D de Cohen				
Sexo	Mujeres	67	54,48	26,702	3,262	0,024				
	Hombres	39	55,13	27,229	4,360					
						-0,371 – 0,419				
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		Prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig.	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia Inferior Superior	
Se asumen varianzas iguales		,037	,848	-,120	106	,905	-,65	5,41	-11,39	10,09
No se asumen varianzas iguales				-,119	78,31	,905	-,65	5,44	-11,49	10,19

Según la tabla 7 de cultura en equipo se muestra que no existen diferencias significativas según sexo, así también se observa que no se encuentra un tamaño de efecto.

Tabla 8

Diferencias significativas en cultura de fortalezas según sexo en los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao

Cultura fortalezas		N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	D de Cohen			
Sexo	Mujeres	67	48,36	28,899	3,531	0,643			
	Hombres	39	62,31	23,335	3,737				
						0,11 – 0,91			
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias					
						95% de intervalo de confianza de la diferencia			
						Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	Inferior	Superior
Se asumen varianzas iguales		F	Sig.	t	gl	Sig.			
		7,767	,006	-2,565	106	,012	-13,94	5,43	-24,73 -3,16
No se asumen varianzas iguales				-2,714	93,31	,008	-13,949	5,141	-24,15 -3,74

En la tabla 8 de cultura de fortalezas se muestra que existen diferencias significativas según sexo, así también se observa un tamaño de efecto medio a favor del sexo masculino.

Tabla 9

Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao

		Cultura académica	Cultura de equipo	Cultura de club	Cultura de fortalezas
Comunicación Interna	Coefficiente de correlación	0,518**	0,542**	0,354**	0,354**
	r^2	0,268	0,293	0,125	0,125
	Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000
	n	106	106	106	106

En la tabla 9 se muestra una correlación positiva y significativa ($p=0,000$) entre comunicación interna y cultura académica y de equipo, con un tamaño de efecto grande (Cohen 1988).

Tabla 10

Relación más prevalente entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao

		Prevalencia de cultura					Total	
		Académica	Equipo	Club	Fortaleza	Mixto		
Comunicación Interna	Alta	Recuento	3	3	3	10	26	45
		%	16,7%	25,0%	42,9%	40,0%	59,1%	42,5%
	Media	Recuento	15	9	4	15	18	61
		%	83,3%	75,0%	57,1%	60,0%	40,9%	57,5%
	Baja	Recuento	0	0	0	0	0	0
		%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	Recuento	18	12	7	25	44	106	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		Valor			gl	Sig.		
Chi-cuadrado de Pearson		11,443			4	0,022		
Razón de verosimilitud		12,061			4	0,017		
Asociación lineal por lineal		10,676			1	0,001		

En la tabla 10 se puede determinar que existe correlación significativa ($p=0,022$) entre la comunicación interna y las culturas, así también que la relación más prevalente se da en la mixta con 59,1%, es decir aquella compuesta por más de una cultura.

IV. DISCUSIÓN

En la presente investigación que se elaboró con un total de 106 colaboradores encuestados en el cual prevaleció el nivel medio con un porcentaje de 57,5% en lo que corresponde a la comunicación interna en una empresa privada de hidrocarburos del Callao. Resultados parecidos fueron descritos por Céspedes y Chiroque (2019) y Ballarta (2017) quienes también hallaron que prevalece el nivel medio en la comunicación interna, en el centro de servicios de Miraflores. Asimismo, se pudo encontrar en la presente investigación correspondiente a la comunicación interna un resultado de 42.5% con un nivel alto de una buena comunicación interna en los colaboradores lo que está en concordancia con Anselmo (2018) que encuentra un 43% de un nivel alto en la comunicación interna teniendo como población 120 colaboradores encuestados. Además, en nuestro estudio en el área de administración, se observa una mayor comunicación interna que encuentra un grado de similitud con la investigación de Bueno (2020) que tuvo una participación de 89 colaboradores encuestados el cual obtiene como resultado un 48% de nivel alto en lo que corresponde al área de administración, lo que nos indica que tanto nuestra investigación como la del autor Bueno ya que presentan una muy buena comunicación interna que favorece el desarrollo de la organización.

Con respecto a las diferencias en el tipo de cultura organizacional se elaboró en la presente investigación con 106 colaboradores que estuvo compuesto por 67 mujeres y 39 hombres y con un rango promedio de 55,44 y 50,17 respectivamente dando como resultado según sexo en nuestro estudio no encontramos diferencias que puedan ser significativas en los colaboradores de una empresa de hidrocarburos del callao. Los resultados guardan relación con la tesis del autor Flor (2018) que conto con 105 colaboradores que estuvo compuesto por 70 mujeres y 35 hombres en donde los resultados fueron que no había diferencias significativas según sexo en el tipo de cultura organizacional en la escuela profesional de gestión pública de la Universidad de Moquegua. Sin embargo, se considera la existencia de un tamaño de muestra de efecto relativamente muy bajo. Asimismo, en nuestra investigación con relación a la cultura en equipo en los resultados obtenidos en nuestra investigación se puede evidenciar que tampoco existe diferencias significativas según el sexo entre los 106 colaboradores compuesto por 67 mujeres y 39 hombres encuestados y con una Media de 54,48 y 55,13 respectivamente

además agregar que se ha podido observar que no se ha encontrado un tamaño de efecto a favor del sexo masculino en los colaboradores de una empresa de hidrocarburos del Callao, esta investigación guarda concordancia con el autor Trujillo (2016) que trabajó con 100 colaboradores dentro del cual estaba compuesto por 60 mujeres y 40 hombres que participaron en la encuesta y que con respecto a la cultura en equipo los resultados que obtuvo en su investigación se observó que no hay diferencias sustantivas correspondiente al sexo de los colaboradores que participaron en la encuesta, asimismo nuestra investigación que tuvo una participación de 106 colaboradores con respecto al tipo de cultura club no se hallaron diferencias que puedan ser significativas en una empresa de hidrocarburos del Callao, los resultados de la presente investigación están en concordancia con los autores Chicaiza (2020) encontraron también como resultados en su investigación que no se encontraron diferencias que puedan ser relevantes con una población de 260 colaboradores encuestados de los empleados del distrito de salud de Salcedo. Sin embargo, se muestra un tamaño de efecto menor que favorece al sexo masculino. Asimismo con respecto a la Cultura de fortaleza los resultados obtenidos en el presente estudio que se elaboró con 106 colaboradores que fueron encuestados compuesto por 67 mujeres y 37 hombres con una media de 43,58 y 52,05 respectivamente, indican que se pudieron hallar diferencias que son muy significativas según sexo además se observa un tamaño de efecto medio a favor del sexo masculino los resultados de nuestra investigación guarda concordancia con el autor Paredes (2019) encontrando también como resultados que se hallaron diferencias según sexo en una población 80 colaboradores compuesta en 41 mujeres y 39 hombres encuestados, hay que tomar en cuenta que todas las investigaciones no siempre se va encontrar concordancias significativas.

Seguidamente tenemos otros resultados que son de gran importancia para la investigación, la correlación entre comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores de una empresa de hidrocarburos del Callao, con 106 encuestados manifestando así los resultados conseguidos en el estudio que si existe una correlación positiva y significativa ($p=0,000$) entre la comunicación interna y las culturas que se encuentra compuesta por (académica, equipo, club, fortaleza), así también que la relación más prevalente se da en la cultura mixta con 59.1%, es decir aquella compuesta por más de una cultura. Nuestra investigación

guarda relación con el autor Ballarta (2017) el cual tiene como resultado en su estudio que la cultura mixta tiene una prevalencia del 61% sobre las demás culturas organizacionales en el centro de servicios de Miraflores.

Asimismo, Anselmo (2018) en concordancia con nuestra investigación refiere que existe correlación significativa alta entre la variable comunicación interna y las culturas organizacionales y que la cultura académica es la que tiene mayor relevancia con 42% seguido por la cultura de equipo con 26% ambas culturas organizacionales prevalecen por sobre los demás. También el autor Bueno (2020) en su investigación en el cual correlaciona la variable comunicación interna con las dimensiones de cultura organizacional dando como resultado que si existe un vínculo significativo entre ambos y que el mayor porcentaje lo obtiene la cultura mixta sobre los demás. También el autor Flor (2018) en concordancia con nuestra investigación señala que existe una vinculación significativa entre comunicación interna y las culturas organizacionales prevaleciendo la cultura de fortaleza sobre las demás culturas que componen las culturas organizacionales.

En el presente estudio se planteó como objetivo general determinar la relación más prevalente entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional en una empresa privada de hidrocarburos del Callao, por lo cual se obtuvo como resultado que existe correlación significativa ($p= 0,022$) entre la comunicación interna y las culturas, así también que la relación más prevalente se da en la mixta con 59,1%, es decir aquella compuesta por más de una cultura. Estos resultados son similares al autor Trujillo (2016) señala que existe una vinculación significativa entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional siendo la más prevalente la cultura mixta seguida de la cultura de fortaleza. Asimismo, Bueno (2020) en concordancia con nuestra investigación refiere que si existe una correlación positiva entre comunicación interna y los tipos de cultura organizacional quien trabajo con colaboradores de una institución educativa del distrito de Puente Piedra. Asimismo, Flor (2018) quien elaboró su investigación con colaboradores de la Escuela de Gestión Pública de una universidad de Moquegua obtiene como resultado de su estudio que si hay un vínculo sustancial entre comunicación interna y los tipos de cultura organizacional siendo la cultura de

equipo la que sobresale de las demás culturas organizacionales. También en concordancia con nuestra investigación el autor Ballarta (2017) quien elaboró su investigación en un centro de servicios en Miraflores obtiene como resultado de su estudio que si hay una correlación positiva significativa entre comunicación interna y los tipos de cultura organizacional siendo la cultura mixta la que prevalece de las demás culturas organizacionales.

V. CONCLUSIONES

Primera: La mayoría de los colaboradores de una empresa privada de hidrocarburos del Callao presentan nivel medio de comunicación interna.

Segunda: Tanto el área de administración, como el de comercialización presentan mayoritariamente nivel medio de comunicación interna.

Tercera: No existen diferencias significativas en los tipos de cultura académica, cultura de club y cultura de equipo según sexo, sin embargo, en cultura de fortalezas existe diferencias significativas con un tamaño de efecto medio a favor del sexo masculino.

Cuarta: Existe correlación positiva y significativa entre comunicación interna y cultura organizacional, con un tamaño de efecto grande.

Quinta: Existe relación significativa entre la comunicación interna y los tipos de culturas de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao siendo la cultura mixta la que mejor se relaciona con una alta comunicación interna.

VI. RECOMENDACIONES

En base a los resultados encontrado en el estudio, se recomienda lo siguiente:

Primera: Se insta a que se realicen más investigaciones con las variables estudiadas en otras poblaciones.

Segunda: Se recomienda realizar estudios de comparación, con las mismas variables en el contexto del retorno presencial.

Tercera: Instaurar un plan de capacitación y desarrollo, para incentivar el procesamiento de información dentro de la organización, así mismo, es fundamental informar los mensajes de manera eficiente, para lograr establecer una adecuada comunicación entre los miembros, de tal manera esto ayuda a mejorar la cultura dentro de la empresa.

Cuarta: Elaborar un programa para fortalecer los valores institucionales, por ser importante y fundamental dentro de la cultura organizacional, de tal manera lograr a motivar a los colaboradores de la organización.

Quinta: Promover un plan de capacitación para perfeccionar la comunicación interna, enfocada en mejorar la transferencia y entendimiento de los mensajes emitidos por los miembros de la empresa, con el fin de ayudar a los colaboradores a desarrollar conductas y actitudes vinculados en los valores de la empresa.

Sexta: Promover constantemente la difusión del plan estratégico con los colaboradores, para involucrarlos en todos los procesos organizacionales, a través de sus ideas y opiniones de manera activa, de esta manera comprenderán la importancia de su trabajo y el de sus compañeros.

REFERENCIAS

- Álvarez, A. (2013). Administración, teoría de la organización y estudios organizacionales: tres campos de conocimiento, tres identidades. *Diario Gestión y estrategia*, 44, 139-151. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2013n44/Barba%20>
- Ander Egg, E. (2011). *Aprender a investigar: nociones básicas para la investigación social*. Editorial brujas.
- Anselmo, M. (2018). *Comunicación interna y cultura organizacional en la empresa AKRON International S.A.C*, Lince – 2018 [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24663/Anselmo_CMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Antezana, M. (30 de julio de 2013). La comunicación interna es la gran abanderada en las estrategias de las empresas. <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/comunicacion-interna-gran-abandonada-estrategias-empresas-44367>
- Apoyo comunicación. (2020). *Diagnóstico de la comunicación interna en el Perú y los retos frente al covid-19*. Lima-Perú. <http://www.apoyocomunicacion.com/repositorio/2020/Diagnostico-de-la-comunicacion-interna-en-el-Peru-y-los-retos-frente-al-COVID-19.pdf>
- Ballarta, J. (2017). *Comunicación interna y cultura organizacional en el centro de servicio de Miraflores, Sunat 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/14528>
- Bertalanffy, L. (1974). *Robots, hombres y mentes: la psicología en el mundo moderno*. Guadarrama.
- Bueno, E. (2020). *Comunicación interna y cultura organizacional en los docentes*,

de la institución educativa "Mi amigo Jesús" Puente Piedra [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/59201>

Carbajal, K. (2015). *Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8179/PLAN%20DE%20COMUNICACION%20INTERNA%20PARA%20FORTALECER%20LA%20CULTURA%20ORGANIZACIONAL%20DEL%20INSTITUTO%20NACIONAL%20DE%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional*. Editorial Universidad del Norte.

Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en Ciencias Sociales* (3.ª ed.). <https://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf>

Céspedes, J. y Chiroque, S. (2019). *Comunicación interna y cultura organizacional desde la perspectiva docente en una institución educativa de Chimbote, 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/35791>

Chicaiza, K. (2020). *La comunicación organizacional y su influencia en el compromiso organizacional de los empleados del distrito de salud Salcedo* [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica Indoamericana]. Repositorio de la Universidad Tecnológica Indoamericana. <http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/2087/1/CHICAIZA%20PASTU%C3%91A%20KARINA%20LISBETH.pdf>

Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* [El análisis del poder estadístico para las ciencias de la conducta]. Lawrence Erlbaum Associates.

- Félix, A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías - una visión histórica. *Historia y Comunicación Social*, 19, 195-210. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45021
- Flor, R. (2018). *Comunicación interna y cultura organizacional en la Escuela de Gestión Pública y Desarrollo Social de la Universidad Nacional de Moquegua, 2018* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/33537>
- Formanchuck, A. (2009). *Comunicación interna: 7 dimensiones de intervención para aportar valor*. <http://formanchuk.com.ar/todosignifica/comohacer-un-plan-de-comunicacion-interna/>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2020). Huelgas en el Perú. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1709445/HUELGAS_2019.pdf
- Kerlinger, F. y Lee, H. (1992). *Investigación del comportamiento*. McGraw-Hill.
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232, 2017. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=s0717-95022017000100037&script=sci_abstract
- Paredes, M. (2019). *Estudio de la relación entre comunicación organizacional interna y el compromiso laboral* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/45102/1/Estudio%20de%20la%20relaci%C3%B3n%20entre%20Comunicaci%C3%B3n%20Organizacional%20Interna%20y%20el%20compromiso%20laboral.pdf>
- Pedraza, Álvarez, L., Obispo, Salazar, K., Vásquez, Gonzales, L., y Gómez, L. (2015). *Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: estudio fenomenológico*. *Clio América*, 9(17), 17-25.

<https://doi.org/10.21676/23897848.1462>

Pereyra, J. (2015). *Adaptación y Estandarización de la ECO 30 escala de comportamiento organizacional en cultura organizacional en trabajadores industriales del Callao*. Neotest Editores.

Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional* (13.^a ed.). Pearson Educación.

Rodríguez, D. (2017). Una aplicación de indicadores a partir de variables de la encuesta de opinión pública (CIEP). *Anuario CIEP*, 7, 176-221.

Rodríguez, W. (2011). *Guía de Investigación Metodológica*. Fondo Editorial UCH. https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/23/rodriguez_arainaga_walabonso_guia%20investigacion_cientifica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Schein, E. (1988). *Organizational Socialization And The Profession Of Management* [La socialización organizacional y la profesión de gestión]. MITSI Sloan Management Review, 30(1), (s.p.).

Torres V., M., Torres L., M., Solís N., R., Grajeda M., A., Danielli R., J., & Coronel A., E. (2016). Relación entre clima organizacional y cultura de seguridad del paciente en el personal de salud de un hospital nacional de Lima. *Revista De Investigación En Psicología*, 19(1), 135–146. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v19i1.12449>

Trujillo, C. (2016). *Comunicación interna, participación y desarrollo humano en dos instituciones educativas en Manizales* [Tesis de maestría, Universidad de Manizales]. Repositorio Institucional Universidad de Manizales. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/2898>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES E ITEMS	METODO
<p>¿Existe relación entre comunicación interna y cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao?</p>	<p>General</p> <p>Existe una relación entre comunicación interna y los tipos de cultura organizacional en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.</p>	<p>General</p> <p>Determinar la relación más prevalente entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.</p>	<p>Variable 1: Comunicación Interna Dimensiones</p> <p>Esencial</p> <p>Operativa</p> <p>Valorativa</p> <p>Estratégica</p> <p>Motivacional</p> <p>Inteligencia</p>	<p>Diseño: No experimental</p>
	<p>Específicos</p> <p>1. existen diferencias en los niveles de comunicación interna de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.</p> <p>2. existen diferencias en los niveles de comunicación según áreas de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao</p> <p>3. existen diferencias significativas en los tipos de cultura según sexo de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.</p> <p>4. existe relación entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.</p>	<p>Específicos</p> <p>Primero: Describir los niveles de comunicación interna de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao</p> <p>Segundo: Describir los niveles de comunicación según áreas de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao,</p> <p>Tercero: Identificar si existen diferencias significativas en los tipos de cultura según sexo de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao</p> <p>Cuarto: determinar la relación entre la comunicación interna y los tipos de cultura organizacional de los colaboradores en una empresa privada de hidrocarburos del Callao.</p>	<p>Variable 2: Cultura organizacional</p> <p>Cultura Académica</p> <p>Cultura de club</p> <p>Cultura de equipo</p> <p>Cultura de fortalezas</p>	<p>Población y muestra N=146 n=106</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario de Comunicación Interna.</p> <p>Escala de Comportamiento Organizacional 30 Cultura Organizacional.</p>

Anexo 2: Variables y operacionalizacion

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORES	NIVELES Y RANGOS
Comunicación Interna	Robbins y Judge (2009) refiere que la comunicación en el interior de una empresa es el proceso en donde se efectúa la difusión del significado de un mensaje de una persona a otra; aunque, el escritor manifiesta para que pueda existir una apropiada comunicación es imprescindible la emisión y el entendimiento de la importancia del mensaje.	Cuestionario de comunicación interna, elaborado por Alejandra Anselmo, publicado el 2018 se aplica en adultos, en forma individual y colectiva. el cuestionario de comunicación interna que está compuesta por 20 ítems y tiene 5 alternativas, cuenta con siete dimensiones	Esencial	1,2,3,4	5= Siempre 4= Frecuentemente 3= Algunas veces 2= Ocasionalmente 1= Nunca	Bajo 0-12 Medio 13-16 Alto 17 a mas
			Operativa	5,6		Bajo 0-5 Medio 6-7 Alto 8 a mas
			Estratégica	7,8		Bajo 0-6 Medio 7-8 Alto 9-10
			Valorativa	9,10,11		Bajo 0-10 Medio 11-13 Alto 14-15
			Motivacional	12,13,14		Bajo 0-7 Medio 8-11 Alto 12 a mas
			Aprendizaje	15,16,17,18		Bajo 0-12 Medio 13-17 Alto 18-20
			Inteligencia	19,20		Bajo 0-4 Medio 5-7 Alto 8-10

Cultura Organizacional	Definición conceptual: Schein (1988) "Es la contestación instruida de las experiencias de los colaboradores que pueden ser de modo interno o externo, que va produciendo hábitos y conductas en el interior de un género definido" (p,34-25).	Test de Escala de comportamiento organizacional 30 Cultura Organizacional, José Pereyra Quiñones, rediseño en el año 2015. Se aplica a personal de planta, obreros, administrativos y gerentes, en forma individual o colectiva, consta de 24 ítems y 4 dimensiones	Cultura Académica Cultura de club Cultura de Equipo Cultura de Fortalezas	311,321,331 341,351,361 312,322,332 342,352,363 313,323,333 343,353,363 314,324,334 344,354,364	Total, acuerdo =7 Muy de Acuerdo = 6 Regular Acuerdo =5 Ni de Acuerdo NI desacuerdo =4 Regular Desacuerdo = 3 Muy en Desacuerdo = 2 Total, desacuerdo = 1	10 = satisfacción muy baja 20 =satisfacción baja 30 = satisfacción baja 40= satisfacción promedio bajo 50 = satisfacción promedio 60 = satisfacción promedio alto 70 = satisfacción alta 80 = satisfacción alta 90 = satisfacción muy alta
------------------------	---	---	--	--	---	--

Anexo 3: Prueba de normalidad K-S

Kolmogorov-Smirnov			
Variable y dimensiones	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación Interna	0,093	106	0,025
Esencial	0,140	106	0,000
Operativa	0,170	106	0,000
Estratégica	0,190	106	0,000
Valorativa	0,119	106	0,001
Motivacional	0,112	106	0,002
Aprendizaje	0,127	106	0,000
Inteligencia	0,162	106	0,000
Cultura académica	0,103	106	0,008
Cultura de equipo	0,084	106	0,062
Cultura de club	0,067	106	0,200*
Cultura de fortalezas	0,073	106	0,200*

Según la tabla de la prueba de normalidad K-S, se puede observar que la variable Comunicación Interna muestra un $p < 0,05$ al igual que sus dimensiones, por otro lado, respecto a la cultura organizacional se encuentra que tres de sus dimensiones evidencian un $p > 0,05$, por lo que se considera anormal en su mayoría.

Anexo 4: Instrumentos

Questionario de Comunicación Interna

Área: _____ Edad: _____

Fecha: _____

A continuación se muestra una serie de preguntas vinculadas a la comunicación dentro de la organización. Le agradeceremos que responda con total sinceridad, marcando con una X la respuesta que se acomode a su realidad.

N°	Ítems	Nunca	Ocasionalmente	A veces	Frecuentemente	Siempre
1	¿En tu organización se oculta información?					
2	¿Tu jefe está abierto al dialogo?					
3	¿La comunicación entre compañeros del mismo nivel es abierta?					
4	¿En tu organización existe una adecuada capacidad de negociación?					
5	¿En la organización se brinda información de manera oportuna?					
6	¿Los jefes se relacionan de manera oportuna con su equipo de trabajo?					
7	¿Existe buen trato entre los miembros de la organización?					
8	¿Sientes que en la organización se toma atención cuando alguien expresa sus ideas?					
9	¿Crees que los miembros de la organización son honestos?					
10	¿Crees que los miembros de la organización cumplen con responsabilidad sus funciones?					
11	¿Crees que los colaboradores se sienten comprometidos con la organización?					
12	¿Recibes capacitaciones constantemente?					
13	¿Te sientes motivado en la organización?					
14	¿La organización te motiva constantemente?					
15	¿Recibes feedback de tu jefatura?					
16	¿Recibes información acerca de tu desempeño laboral?					
17	¿Los colaboradores de la organización respetan tu modo de pensar?					
18	¿Sientes que tus aportes son tomados en cuenta?					
19	¿Sientes que en la organización se resuelven los problemas de manera adecuada?					
20	¿En la organización se reconocen los logros de los colaboradores?					

ECO 30

Autor: Cameron, K.S. y Quinn, R. E. (1999)
Adaptación Peruana: José Luis Pereyra Quiñones (2015)

Instrucciones: procura responder rápidamente cada una de las afirmaciones, lo más importante es que responda con sinceridad. Ninguna puede quedar en blanco. Marcar con (X) la respuesta que considere usted de acuerdo a los siguientes puntajes.

Total Acuerdo	7
Muy de Acuerdo	6
Ligero Acuerdo	5
Ni acuerdo ni Desacuerdo	4
Ligero Desacuerdo	3
Muy en Desacuerdo	2
Total Desacuerdo	1

Nombres: Edad: Cargo.....

Área.....Genero: M () F () Años en la empresa:.....

Fecha.....

N°	Descripción	ítems						
		1	2	3	4	5	6	7
311	Brindar un contexto personal, afectivo. Es como una gran familia							
312	Ser muy dinámica e incentiva a los emprendedores que asuman riesgos							
313	Los procedimientos burocráticos gobernarían lo que hace la gente							
314	Se interesarían por el trabajo sea hecho. La gente debe ser productiva							
321	El líder debería ser como un mentor, un facilitador o una figura paternal							
322	EL líder debería ser considerado como un innovador o tomador de riesgo							
323	El líder debería ser como un coordinador, un organizador o un experto eficiente							
324	El líder debería ser es un duro dirigente, un productor o un competidor							
331	El factor de cohesión sería la lealtad y el compromiso							
332	El factor de cohesión sería la innovación y el desarrollo							
333	El factor de cohesión sería cumplir el procedimiento formal							
334	El factor de cohesión sería cumplir la producción y el logro de objetivos							
341	El clima sería participativo y confortable. Existe una gran confianza mutua							
342	El clima enfatizaría el enfrentar nuevos desafíos. Aprender el "Ensayo y error"							
343	El clima enfatizaría la permanencia y la estabilidad de los que cumplen las reglas							
344	El clima sería competitivo y de confrontación. Derrotar al enemigo							
351	El éxito sería el trabajo en equipo e interés por la gente							
352	El éxito sería la innovación o crear nuevos servicios							
353	El éxito sería tener buena producción a bajo costo							
354	El éxito sería controlar el mercado. Ser "numero 1" en servicio							
361	Promover el trabajo en equipo, el consenso y la participación							
362	Promover la iniciativa individual, la innovación, la libertad y originalidad							
363	Promover la seguridad en el empleo, permanencia en el puesto y ser predecible							
364	Promover la competitividad, la producción y el logro de objetivos							

Anexo 5: Consentimiento información

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado colaborador, a través de este documento quiero invitar a usted a participar de la investigación, que tiene como objetivo otorgar el grado académico de título profesional a la autora: **Fasabi Shupingahua Angelita**, bachiller en Psicología, quien actualmente realizó el estudio con el fin de reunir información sobre la realidad problemática de los colaboradores de la empresa **Zeta Gas Andino S.A**

No existe ninguna molestia o riesgo mínimo al participar en este trabajo de investigación. Usted es libre de aceptar o de no aceptar. En el momento que desee puede retirarse.

Si usted decide participar, le informamos que se llevara a cabo los siguientes procedimientos:

- Colocar la información completa del participante.
- Marque con una x la respuesta que considere correcta.
- Asegurarse de responder todas las preguntas o enunciados.
- Es importante responder de manera honesta.

Si acepto ()

No acepto ()

Datos del participante:

Nombre y Apellido o siglas.....

Nombre del establecimiento:

Edad:..... Género: () Femenino () Masculino

Profesión:..... Condición: (1) Nombrado (2) Contratado

Cargo Ocupacional: (1) Administrativo (2) Asistencial

Tiempo trabajando en el establecimiento:

Firma

Anexo 6: Carta de solicitud de autorización de uso de instrumentos remitido por la universidad



"Año del bicentenario del Perú: 200 años de independencia"

CARTA N°01187- 2021/EP/PSI.UCV LIMA NORTE-LN

Los Olivos 21 de Diciembre de 2021

Autor:

- Alejandra Anselmo Colmenares

Presente.-

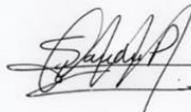
De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarle a la Srta. FASABI SHUPINGAHUA ANGELITA con DNI 46409437 estudiante del último año de la Escuela de Psicología de nuestra casa de estudios; con código de matrícula N° 7002441552, quien realizará su trabajo de investigación para optar el título de licenciada en Psicología titulado: **LA COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA PRIVADA DEL CALLAO**, este trabajo de investigación tiene fines académicos, sin fines de lucro alguno, donde se realizará una investigación con el uso del instrumento **Test de Comunicación Interna**, a través de la validez, la confiabilidad, análisis de ítems y baremos tentativos.

Agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso proporcionando una carta de autorización para el uso del instrumento en mención, para sólo fines académicos, y así prosiga con el desarrollo del proyecto de investigación.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



Mg. Sandra Patricia Céspedes Vargas Machuca
Coordinadora de la Escuela de Psicología
Filial Lima - Campus Lima Norte

CARTA N° 0014 - 2021/EP/PSI.UCV LIMA NORTE-LN

Los Olivos 18 de Enero de 2022

Autor:

- José Luis Pereyra Quiñones

Presente. -

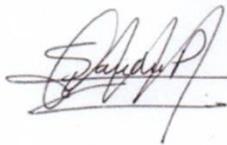
De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarle a la Srta. **FASABI SHUPINGAHUA ANGELITA**, con DNI 46409437 estudiante del último año de la Escuela de Psicología de nuestra casa de estudios; con código de matrícula N° **700441552**, quien realizará su trabajo de investigación para optar el título de licenciada en Psicología titulado: **LA COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA ORGANIZACIONAL EN TRABAJADORES EN UNA EMPRESA PRIVADA DE HIDROCARBUROS DEL CALLAO**, este trabajo de investigación tiene fines académicos, sin fines de lucro alguno, donde se realizará una investigación con el uso del instrumento (**ECO 30 CULTURA ORGANIZACIONAL**), a través de la validez, la confiabilidad, análisis de ítems y baremos tentativos.

Agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso proporcionando una carta de autorización para el uso del instrumento en mención, para sólo fines académicos, y así prosiga con el desarrollo del proyecto de investigación.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



Mg. Sandra Patricia Céspedes Vargas Machuca
Coordinadora de la Escuela de Psicología
Filial Lima - Campus Lima Norte

Anexo 7: Autorización de usos de instrumento Cuestionario de Comunicación Interna

El lun., 29 de noviembre de 2021 2:30 p. m.,
Alejandra Anselmo
<anselmo.alejandra24@gmail.com> escribió:
Estimada Angela,

Muy buenas tardes, agradeciendo el cordial saludo y así mismo mediante este medio, informarle la aprobación de la solicitud, para poder utilizar el Test de Comunicación Interna, para su investigación correspondiente.

Saludos cordiales
Atte.
Mg. Alejandra Anselmo Colmenares
C.Ps.P. 30726

El lun., 29 de noviembre de 2021 1:58 p. m.,
Angela Fasabi <angifasabi4@gmail.com>
escribió:

Estimada Srta. Alejandra Anselmo, recibe y cordial saludo, esperando que se encuentre bien de salud. Le escribo para solicitar su autorización del Test de Comunicación Interna elaborado por usted, que será de gran ayuda para mi investigación que estoy realizando. Agradeceré su pronta respuesta y las facilidades del caso.

Saludos
Atte.
Angelita Fasabi Shupingahua
Bachiller en Psicología
Universidad Cesar Vallejo

Anexo 8: Autorización de uso de ECO 30 Cultura Organizacional

JLPQ. Jose Luis Pereyra Quiñones. Psicometrista

06 de enero del 2022

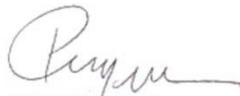
Señores
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
Escuela de Psicología

De mi consideración

Mediante la presente otorgo el permiso temporal de uso de la ECO 30 CULTUA ORGANIZACIONAL con fines de investigación. El cual no podrá comercializar ni vender ni ceder ningún permiso. En la versión publicable del trabajo de investigación no puede figurar ni aparecer el mencionado test en su versión completa para evitar el pirateo ilegal.

Autorizo a la Srta. Angelita FASABI SHUPINGAHUA, estudiante de la Escuela de Psicología de la UCV, programa académico de maestría en administración de negocios a aplicar la Escala de Comportamiento Organizacional (ECO 30) para su Investigación de tesis titulada: La comunicacion interna y cultura organizacional en trabajadores en una empresa privada de hidrocarburos del callao

Ateneamente,



JOSE LUIS PEREYRA QUIÑONES
PSICÓLOGO COLEGIADO 4536



Jose Luis Pereyra Quiñones
Psicólogo coordinador
Gerente de NEOTEST Editores

Anexo 9: Carta de solicitud de autorización a la institución para la aplicación de instrumentos remitido por la universidad



"Año del bicentenario del Perú: 200 años de independencia"

Los Olivos, 21 de Diciembre de 2021

CARTA INV. N°01188-2021/EP/PSI. UCV LIMA-LN

Sr.
MIGUEL MONGE ALONSO
GERENTE GENERAL
Zeta Gas Andino S.A
Av. Néstor Gambeta Mz MI Lt S/N Ex fundo Oquendo Callao

Presente.-

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para la Srta. FASABI SHUPINGAHUA ANGELITA con DNI N° 46409437 estudiante de la carrera de psicología, con código de matrícula N° 7002441552 quien desea realizar su trabajo de investigación para optar el título de licenciado en Psicología titulado: "**LA COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA PRIVADA DE HIDROCARBUROS DEL CALLAO**". Este trabajo de investigación tiene fines académicos, sin fines de lucro alguno, donde se realizara una investigación.

Agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso proporcionando una carta de autorización para el uso del instrumento en mención, para sólo fines académicos, y así prosiga con el desarrollo del proyecto de investigación.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



Mg. Sandra Patricia Céspedes Vargas Machuca
Coordinadora de la Escuela de Psicología
Filial Lima - Campus Lima Norte

Anexo 10: Carta de autorización de la empresa Zeta Gas Andino S.A.



Callao, 21 de Diciembre del 2021

SOLICITO: Autorización para aplicación de instrumento de investigación

Señor:

MIGUEL MONGE ALONSO
GERENTE GENERAL
ZETA GAS ANDINO S.A

Presente.

De mi mayor consideración

Yo Angelita Fasabi Shupingahua, identificado con DNI 46409437 de nacionalidad peruana, ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que siendo bachiller de la universidad Cesar Vallejo, en la escuela profesional de Psicología, solicito permiso para poder aplicar los cuestionarios, instrumento que servirá de fundamento en mi tesis de investigación relacionado a: la comunicación interna y cultura organizacional en una empresa privada de hidrocarburos del callao, siendo indispensable su apoyo para culminar la investigación.

Por lo anteriormente expuesto me despido de usted no sin antes agradecerle por la atención a la presente.



 Miguel Monge Alonso
Gerente General
ZETA GAS ANDINO S.A.

ZETA GAS ANDINO S.A.

Av. Néstor Gambetta Mza. MI Lote S/N Ex. Fundo Oquendo -
Ventanilla - Provincia Constitucional del Callao - Lima - Perú
Tel. (511) 614 0707

granberu@grupozeta.com.pe

www.zetagas.com.pe

Anexo 11: Evidencia de aprobación del curso de conducta responsable de Investigación

PERFIL

ANGELITA FASABI SHUPINGAHUA



Calificación, Clasificación y Registro de Investigadores

[Solicitar Incorporación](#)

 Conducta Responsable en Investigación

Fecha: 30/03/2022