



**Autores:**  
Montoya Zevallos, Nicole  
Ramírez García, Alejandra  
Retuerto Asoshima, Fernanda

## OBJETIVO

Describir la percepción social que la población peruana tiene de las culturas organizacionales extranjeras.



## MÉTODO

**Diseño de investigación:**

Etnográfico – descriptivo. Debido a que lo que se busca es describir y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y practicas de grupos, culturas y comunidades, en este caso las culturas extranjeras desde la percepción de la población peruana.

## DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Las empresas en general, deben cuidar los activos de su organización (principalmente a sus trabajadores) y tomar decisiones de manera que se puedan obtener mayores beneficios. Las empresas extranjeras, suelen tener una gestión y visión distinta a la local, y le proporcionan a sus trabajadores muchos más beneficios e incentivos que los mantienen satisfechos en su trabajo. Esta investigación está enfocada en comprender los cambios que se suceden en la percepción de las personas cuando incursiona una cultura organizacional extranjera en el Perú, y cómo éstas influyen en los trabajadores peruanos y su comportamiento en el trabajo, y sobre todo en la cultura local.

Schein (1996) define a la cultura organizacional, como un modelo lleno de presunciones básicas y ejemplares para la empresa, desarrollado por un grupo, el cual se enfrenta a problemas de adaptación externa e integración interna

**¿Cuál es la percepción social que tiene la población peruana de las culturas organizacionales extranjeras?**



## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Indicadores	Dimensiones	Ítems
Cultura organizacional	Costumbres	Características dominantes	1 a, 1 b, 1 c, 1d
	Adaptación	Clima organizacional	4 a, 4 b, 4 c, 4 d
		Factor de cohesión	3 a, 3 b, 3 c, 3 d
	Creencias	Criterio de éxito	5 a, 5 b, 5 c, 5 d
	Control interno	Estilo de management	6 a, 6 b, 6 c, 6 d
		Líder organizacional	2 a, 2 b, 2 c, 2 d

## PROCEDIMIENTO

1. Adquirir los recursos necesarios para la aplicación del test.
2. Tener el permiso de las autoridades de las empresas seleccionadas.
3. El participante realizará la encuesta con su debido conocimiento.
4. La participación es voluntaria y anónima.
5. El tiempo de duración es de 10 minutos.
6. Los datos recolectados serán interpretados de acuerdo al puntaje asignado para cada dimensión.

## REFERENCIAS:

Schein, E. (2010). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.