UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN E IMAGEN

EMPRESARIAL

**El rol de la comunicación corporativa en laboratorios de innovación de
empresas peruanas**

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación e Imagen Empresarial

AUTOR(ES)

Chocano Mesa, Maria Paula (0000-0002-0555-012X)

ASESOR(ES)

Guillén Arruda, Claudia Alexandra (0000-0003-2570-2642)

Monteverde Orbegoso, Bruno Eduardo (0000-0003-4185-4857)

Lima, 03 de diciembre del 2019

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mi padre, por acompañarme y darme la fuerza para seguir adelante.

A mi madre, que con el ejemplo me ha enseñado a luchar por mis metas y nunca rendirme.

A mi familia y amigos, que caminaron junto conmigo estos años llenos de esfuerzos y sacrificios, los cuales me hicieron sentir que siempre hay luz al final del camino.

AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que estuvieron conmigo en este largo proceso, que me dieron las fuerzas para seguir adelante, dar lo mejor de mí y concluir satisfactoriamente otra meta en mi vida.

Resumen

Este estudio propone determinar el rol de la comunicación corporativa en los laboratorios de innovación de empresas que forman parte de una corporación peruana. Para este propósito se realizó una investigación cualitativa intencional a través de seis entrevistas, a fin de identificar la relevancia y funcionalidad de la comunicación en todas las fases de implementación y crecimiento de los laboratorios de innovación y determinar el rol que cumple la comunicación corporativa en estos laboratorios frente a la corporación a la que pertenecen. Si bien hasta ahora no se han realizado estudios en la línea de investigación del rol de la comunicación corporativa en los laboratorios de innovación en el Perú, como primer aporte los resultados de este trabajo muestran que los líderes de los laboratorios de innovación reconocen la importancia de la comunicación, pero es incipiente el rol de la comunicación corporativa en los laboratorios de innovación considerados en esta investigación.

Palabras clave:

Laboratorios de innovación, comunicación corporativa, innovación, empresa

Abstract

This study proposes to determine the role of corporate communication in the innovation laboratories of companies that are part of a Peruvian corporation. For this purpose, a qualitative investigation was carried out through six semi-structured interviews, in order to identify the relevance and functionality of communication in all phases of implementation and growth of innovation laboratories and identify the role of corporate communication in these laboratories in front of the corporation to which they belong. Although no studies have been carried out so far in the line of research on the role of corporate communication in innovation laboratories in Perú, as a first contribution the results of this work show that the leaders of innovation laboratories recognize the importance of communication, but the role of corporate communication in innovation laboratories considered in this work is incipient.

Key words:

Innovation laboratories, corporate communication, innovation, company