ATMIRE

Title	Espacios de comunicación con líderes en multinacionales: percepciones de practicantes internacionales en contextos multiculturales
Item Type	http://purl.org/coar/resource_type/c_7a1f
Authors	Paredes Reategui, Ana Paula
Publisher	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)
Rights	http://purl.org/coar/access_right/c_f1cf
Download date	2026-11-28 00:59:47
Link to Item	https://hdl.handle.net/10757/689496

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN E IMAGEN EMPRESARIAL

Espacios de comunicación con líderes en multinacionales: percepciones de practicantes internacionales en contextos multiculturales

TESIS

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

AUTOR(ES)

Paredes Reategui, Ana Paula 0009-0004-3774-3788

ASESOR(ES)

Vargas Sardon, Jorge Lucas 0000-0003-1905-6306

Lima, 23 de marzo de 2026

DEDICATORIA

A mis tres pilares: Lorena, Milton y Javier,
por su amor incondicional, su guía constante
y por enseñarme a creer en mí, incluso cuando dudaba.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco todo el apoyo recibido por mi profesor Jorge Lucas Vargas Sardon, por ayudarme a culminar con éxito esta etapa de mi vida académica.

Espacios de comunicación con líderes en multinacionales: percepciones de practicantes internacionales en contextos multiculturales

Ana Paula Paredes Reátegui
Facultad de Comunicaciones
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
Prolongación Primavera 2390, Lima 15023, Perú
U20201f077@upc.edu.ep
(https://orcid.org/0009-0004-3774-3788)

Resumen

Este estudio busca analizar cómo perciben los practicantes internacionales los espacios de comunicación con sus líderes dentro de la gestión del talento en una multinacional. Se enmarca en el contexto de equipos multiculturales, donde la adaptación e integración resultan desafíos claves. Desde un enfoque teórico, se considera que la comunicación organizacional y el liderazgo influyen directamente en el sentido de pertenencia y en la experiencia del practicante. Así, el objeto de estudio son los espacios de comunicación, entendidos como escenarios que facilitan o dificultan la integración, la confianza y el aprendizaje en practicantes internacionales. La metodología adoptada es cualitativa, con un diseño fenomenológico, empleando entrevistas en profundidad a 20 practicantes internacionales de una empresa multinacional en Panamá. Los hallazgos revelan que, si bien los practicantes valoran la horizontalidad y el apoyo emocional en la relación con sus líderes, persisten barreras como la carga laboral y el temor al juicio que condicionan la comunicación. En conclusión, se evidencia que los espacios de comunicación efectivos son determinantes no solo para la integración cultural del practicante, sino también para fortalecer su sentido de pertenencia y su desarrollo dentro de la estrategia de gestión del talento de la organización.

Desde una perspectiva académica, esta investigación aborda un vacío en la literatura sobre comunicación organizacional en contextos multinacionales. Aunque se reconoce la influencia del liderazgo en la integración de los colaboradores, existe limitada evidencia sobre cómo los practicantes internacionales perciben los espacios de comunicación con sus líderes y cómo estos influyen en su proceso de adaptación.

Palabras Clave:

Prácticas internacionales; Gestión del talento; Comunicación organizacional; Liderazgo; Espacios de comunicación; Equipos multiculturales; Integración organizacional; Experiencia del practicante

Communication spaces between leaders and interns: perception in the context of international internships.

Abstract

This study aims to analyze how international interns perceive communication spaces with their leaders within talent management in a multinational company. It is set in the context of multicultural teams, where adaptation and integration are key challenges. The theoretical approach highlights that organizational communication and leadership directly influence interns' sense of belonging and experience. Thus, the object of study is the communication spaces, understood as settings that can facilitate or hinder integration, trust, and learning for international interns. The adopted methodology is qualitative, with a phenomenological design, employing in-depth interviews with 20 international interns of a multinational company in Panama. The findings reveal that, although practitioners value horizontality and emotional support in their relationship with their leaders, barriers such as workload and fear of judgment continue to affect communication. In conclusion, effective communication spaces are crucial not only for the cultural integration of practitioners, but also for strengthening their sense of belonging and their development within the organization's talent management strategy.

From an academic perspective, this study addresses a gap in the literature on organizational communication in multinational contexts. Although leadership is recognized as influential in employee integration, there is limited research on how international interns perceive communication spaces with their leaders and how these interactions influence their adaptation process.

Key words:
International internships; Talent management; Organizational communication; Leadership; Communication spaces; Multicultural teams; Organizational integration; Intern experience.

u20201f077_Paredes Reátegui, Ana Paula

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%	2%	0%	0%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	risti.xyz Fuente de Internet	1%
3	www.dykinson.com Fuente de Internet	<1%
4	Rodriguez Prieto, Lesbia E.. "La inteligencia emocional en la capacidad deaprendizaje y orientación emprendedora delliderazgo disruptivo como promotor de la innovación", Universidad Ana G Méndez - Gurabo, 2024 Publicación	<1%
5	revista.profesionaldelainformacion.com Fuente de Internet	<1%
6	repository.unilasallista.edu.co Fuente de Internet	<1%
7	alejandria.poligran.edu.co Fuente de Internet	<1%