



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
**“Gestión de la Comunicación Estratégica en la organización de la Cumbre de
Economía Circular del Ministerio de la Producción, 2025”**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE
Licenciada en Comunicación Estratégica

PRESENTADO POR:
Pizarro Silva, Ana Cecilia - Comunicación Estratégica

ASESOR
Sam Anlas, Carlos Antonio

LIMA, PERÚ
2026

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Sam Anlas, Carlos Antonio

MIEMBROS DEL JURADO

Huertas Valladares, Eduardo

Ortiz Clarke, Dafne Ivette

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

INFORME TURNITIN

ANA CECILIA PIZARRO SILVA

GESTION DE LA COMUNICACION ESTRATEGICA EN LA ORGANIZACION DE LA CUMBRE DE ECONOMIA CIRCULAR D...

 Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid=30163:574719460

Fecha de entrega
4 abr 2026, 9:55 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
4 abr 2026, 10:37 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
GESTION DE LA COMUNICACION ESTRATEGICA EN LA ORGANIZACION DE LA CUMBRE DE ECON....docx

Tamaño del archivo
3.6 MB

41 páginas

7401 palabras

45.949 caracteres




18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Fuentes principales

- 17%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis pequeños Caetana y Santino, y a mi esposo Luis, por su amor, paciencia y comprensión en cada etapa de este proceso. Ellos son mi mayor motivación y el recordatorio permanente de que es posible equilibrar los distintos roles de la vida: ser mamá, profesional y servidora pública, sin dejar de perseguir nuestros sueños.

A mi hermana, quien ha sido un apoyo constante en mi camino académico y una de las personas que siempre me impulsa a seguir creciendo.

ÍNDICE

I. Introducción.....	11
1.1 <i>Presentación del trabajo</i>	11
2.1 <i>Objetivo general</i>	12
3.1 <i>Justificación</i>	12
4.1 <i>Metodología de trabajo</i>	13
5.1 <i>Problema profesional</i>	14
II. Contexto Institucional	17
2.1 <i>Antecedentes de la institución:</i>	17
2.2 <i>Estructura organizativa:</i>	19
III. Descripción de las Funciones Profesionales	21
3.1 <i>Cargo ocupado</i>	21
3.2 <i>Funciones y responsabilidades</i>	21
3.3 <i>Logros alcanzados</i>	22
3.3.1 <i>Lanzamiento de la Hoja de Ruta de Economía Circular al 2030</i>	22
3.3.2 <i>Presentación de la Hackathon Nacional de Economía Circular</i>	23
3.3.3 <i>Financiamiento para proyectos sostenibles</i>	24
3.3.4 <i>Valorización de impactos en medios de comunicación</i>	25
IV. Resultados y Evidencias de la Aplicación Profesional.....	26
4.1 <i>Implementación práctica</i>	26
4.2 <i>Indicadores de éxito o impacto</i>	29
4.3 <i>Resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos</i>	32
4.3.1 <i>Resultados cuantitativos</i>	32
4.3.2 <i>Resultados cualitativos</i>	33
4.3.3 <i>Comparación con situaciones anteriores (mejoras o eficiencia lograda)</i> .34	
4.3.4 <i>Análisis crítico</i>	36
V. Conclusiones y Recomendaciones	39
5.1 <i>Conclusiones</i>	39
5.2 <i>Recomendaciones</i>	39
VI. Bibliografía.....	41
VII. Anexos	43
7.1 <i>Registro de Impacto y Resultados</i>	43
7.2 <i>Reporte Turnitin</i>	43
7.3 <i>CV documentado con constancias y certificados de trabajo que validan experiencia profesional</i>	43
7.4 <i>Presupuestos y término de referencia BID</i>	43
7.5 <i>Reporte de impactos de la OCIIN</i>	43

7.6 Notas de prensa de la plataforma del Estado.....	43
7.7 Fotografías del evento.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Presupuesto referencial de la I Cumbre PRODUCE Circular 2025.....	28
Tabla 2. Notas de prensa vinculadas a la I Cumbre PRODUCE Circular y acciones posteriores.....	30
Tabla 3. Cobertura mediática de la I Cumbre PRODUCE Circular.....	31

ÍNDICE DE ANEXOS

Tabla 1. Presupuesto referencial de la I Cumbre PRODUCE Circular 2025	28
Tabla 2. Notas de prensa vinculadas a la I Cumbre PRODUCE Circular y acciones posteriores.....	30
Tabla 3. Cobertura mediática de la I Cumbre PRODUCE Circular	31

RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia profesional analiza la gestión de la comunicación estratégica en la organización de la I Cumbre de Economía Circular, realizada en agosto de 2025 por el Ministerio de la Producción (PRODUCE). El objetivo del trabajo es evidenciar cómo la comunicación estratégica puede contribuir al posicionamiento de políticas públicas orientadas al desarrollo productivo sostenible, en este caso vinculadas al enfoque específico de economía circular.

El análisis se sustenta en la experiencia profesional de la autora como comunicadora estratégica del despacho viceministerial de MYPE e Industria, desde donde se participó en la planificación, articulación institucional y gestión comunicacional, del evento. La metodología empleada es de carácter descriptivo y analítico, basada en la revisión de documentos institucionales, reportes de prensa, materiales comunicacionales y la reflexión crítica sobre la práctica profesional.

Los resultados evidencian que la gestión comunicacional permitió articular actores públicos, privados y de cooperación internacional, posicionar instrumentos de política pública como la Hoja de Ruta de Economía circular al 2030, y generar impactos medibles en cobertura mediática, innovación abierta y financiamiento de proyectos sostenibles. La experiencia demuestra que la comunicación estratégica constituye una herramienta clave para la articulación institucional y el posicionamiento de iniciativas de política pública en el sector productivo.

Palabras clave: Comunicación estratégica; políticas públicas; economía circular; gestión comunicacional; innovación abierta; sector productivo

ABSTRACT

This professional sufficiency work analyzes the management of strategic communication in the organization of the I Circular Economy Summit, held in August 2025 by the Ministry of Production of Peru. The objective of the study is to demonstrate how strategic communication can contribute to the positioning of public policies aimed at sustainable productive development, particularly those related to the circular economy approach.

The analysis is based on the author's professional experience as a strategic communications specialist within the Vice-Ministry of Micro and Small Enterprises and Industry, where she participated in the planning, institutional coordination, and communication management of the event. The methodology used is descriptive and analytical, based on the review of institutional documents, media reports, communication material, and critical reflection on professional practice.

The results show that strategic communications management facilitated the articulation of public institutions, private sector actors, and international cooperation organizations, while positioning key policy instruments such as the Circular Economy RoadMap to 2030. The event also generated measurable impacts in media coverage, open innovations initiatives, and financing for sustainable projects. The experience demonstrates that strategic communication is a key tool for institutional coordination and for positioning public policy initiatives in the productive sector.

Keyword: Strategic communication; public policy; circular economy; communication management; open innovation; productive sector.

I. Introducción

1.1 Presentación del trabajo

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como finalidad describir, analizar y sistematizar la experiencia profesional desarrollada en la gestión de la comunicación estratégica en la organización de la Cumbre PRODUCE Circular (Cumbre) del Ministerio de la Producción (PRODUCE), realizada el 12 de agosto del año 2025. El trabajo se centró en el rol que tiene la comunicación estratégica y mostrarla como una herramienta clave para la organización de eventos institucionales de alto impacto y su contribución al posicionamiento de políticas públicas orientadas al desarrollo productivo sostenible.

La Cumbre se constituyó como un espacio de articulación entre del Estado, el sector privado, la academia y la cooperación internacional, orientado a promover el enfoque de economía circular como parte de la agenda pública del sector producción. En ese contexto, la comunicación estratégica cumplió una función transversal en la planificación, organización y ejecución del evento, permitiendo alinear mensajes, públicos y acciones institucionales con los objetivos de la política pública.

El análisis presentado se sustenta en la experiencia profesional de la autora desde el despacho viceministerial de Mype e Industria del PRODUCE, espacio desde el cual se tuvo una participación activa en la gestión comunicacional y organizacional, lo que permitió una visión integral de los procesos estratégicos, operativos y de coordinación interinstitucional a su desarrollo.

2.1 Objetivo general

Analizar la gestión de la comunicación estratégica en la organización de la Cumbre PRODUCE Circular del Ministerio de la Producción, realizada en el año 2025, como una herramienta para el posicionamiento de políticas públicas orientadas al desarrollo productivo.

3.1 Justificación

El presente trabajo se justifica desde una perspectiva profesional, académica e institucional. Desde el ámbito profesional, se sustenta en la experiencia de la autora como comunicadora estratégica del despacho viceministerial de Mype e Industria del PRODUCE, cargo desde el cual se asumieron funciones vinculadas a la planificación, coordinación y ejecución de la estrategia de comunicación de la Cumbre 2025.

El ejercicio de dichas funciones permitió participar directamente en procesos de gestión comunicacional estratégica, tales como la definición de objetivos comunicacionales, identificación de públicos de interés, elaboración de narrativa y mensajes clave, articulación con actores internos y externos, coordinación con medios de comunicación y supervisión de contenidos, gráficas, coberturas audiovisuales y acciones comunicacionales antes, durante y después del evento. Esta experiencia constituyó una base válida y pertinente para el análisis desarrollado en el presente trabajo.

Desde el punto de vista académico, el presente trabajo permite evidenciar la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en la carrera de Comunicación Estratégica, demostrando cómo estos se integran a un contexto real de gestión

pública. Asimismo, contribuye a reforzar la concepción de la comunicación estratégica como una herramienta de gestión que aporta valor a la implementación y posicionamiento de políticas públicas.

Esta concepción es respaldada por Macnamara (2025), quien sostiene que los gobiernos e instituciones públicas invierten considerablemente en comunicación estratégica debido a que las políticas públicas afectan todos los aspectos de la actividad empresarial, la industria, la sociedad y el bienestar de las personas. El autor advierte que, con frecuencia, la comunicación estratégica en el sector público se concentra predominantemente en la difusión unidireccional al final del proceso para anunciar y promover políticas, cuando lo que se requiere es un enfoque bidireccional que permita la participación activa de las partes interesadas desde las etapas tempranas del ciclo de política pública. Esta perspectiva refuerza el valor del presente trabajo, en tanto la gestión comunicacional de la Cumbre PRODUCE Circular 2025 buscó precisamente trascender la difusión informativa para constituirse en un espacio de articulación entre actores públicos, privados, académicos y de cooperación internacional en torno a la política de economía circular.

Finalmente, desde una perspectiva institucional, el trabajo permitió sistematizar una experiencia concreta de gestión de la comunicación desarrollada en el PRODUCE, la cual puede servir como referencia para la organización de futuros eventos institucionales de cara al fortalecimiento de la comunicación pública orientada al desarrollo productivo y sostenible.

4.1 Metodología de trabajo

La metodología empleada en el presente trabajo es de modo descriptivo y analítico, basada en la experiencia profesional de la autora en la gestión estratégica de la comunicación en la organización de la Cumbre del PRODUCE 2025.

El trabajo se desarrolló a partir de un enfoque cualitativo, utilizando como principales técnicas:

- Revisión de documentos institucionales relacionados con la organización del evento, tales como: documentos de gestión, marco normativo, carpetas informativas, programas, agendas, materiales de difusión, contenidos comunicacionales y rebotes en medios de comunicación.
- Análisis de las acciones de comunicación implementadas en las distintas etapas del evento, así como en los diferentes canales de comunicación, tanto de PRODUCE como de sus organismos y entidades adscritas.
- Reflexión crítica sobre la práctica profesional, identificando logros, desafíos y aprendizajes derivados de la gestión comunicacional del evento.

Esta metodología permite evidenciar la aplicación de competencias profesionales propias en un contexto institucional real, así como su contribución a la organización efectiva de un evento alineado con una política pública.

5.1 Problema profesional

En el ámbito del sector público, la organización de eventos institucionales vinculados a políticas públicas enfrenta el desafío de trascender el carácter protocolar e informativo para convertirse en verdaderas herramientas de posicionamiento y articulación estratégica. En muchos casos, la comunicación es

abordada de manera operativa, limitada a la difusión de actividades, sin una planificación estratégica que permita maximizar su impacto institucional.

Al respecto, Molano (2023) señala que las estrategias de comunicación son instrumentos que las organizaciones emplean, desde su dimensión comunicativa, para avanzar en el logro de sus objetivos institucionales. Implican planificar y desarrollar acciones específicas orientadas a interactuar con sus audiencias de manera efectiva. Esta definición permite comprender que la ausencia de una planificación comunicacional estratégica en el sector público no solo limita la difusión de las actividades institucionales, sino que reduce la capacidad de las organizaciones para posicionar sus políticas y construir vínculos sólidos con sus públicos de interés

En esa misma línea, Ríos et al. (2020) señalan que una estrategia de comunicación se desarrolla a partir del análisis de los problemas comunicacionales que enfrenta una organización. A partir de ese diagnóstico es posible establecer objetivos concretos y diseñar acciones específicas orientadas a superar las dificultades identificadas. Esta perspectiva resulta especialmente pertinente en el contexto del sector público, donde la ausencia de un diagnóstico comunicacional previo limita la capacidad de las instituciones para planificar intervenciones estratégicas que respondan de manera efectiva a los objetivos de política pública que buscan posicionar.

En el caso del PRODUCE, la organización de la Cumbre 2025 implicó el reto de comunicar de manera clara y coherente una política pública relativamente nueva para diversos públicos, tales como autoridades, empresarios, productores, academia y cooperantes internacionales. El problema profesional identificado se centra en cómo gestionar estratégicamente la comunicación de un evento

institucional de esta naturaleza, de modo que contribuya efectivamente al posicionamiento de la política pública de economía circular y, a través de ello, fortalecer la imagen institucional del sector.

II. Contexto Institucional

2.1 Antecedentes de la institución:

PRODUCE es el organismo rector del sector producción en el Perú, encargado de formular, conducir y supervisar las políticas públicas vinculadas a la actividad productiva nacional. Fue creado mediante la Ley N° 27779, como resultado de la fusión del Ministerio de Pesquería y parte del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI), con el objetivo de consolidar la conducción de las políticas productivas del país bajo una sola entidad rectora.

Posteriormente, mediante DL N°1047, se aprobó la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, estableciendo su competencia en materia como pesca, acuicultura, industria, micro y pequeña empresa, comercio interno, innovación productiva, desarrollo de cooperativas y parques industriales. Asimismo, se le asigna competencia exclusiva en ordenamiento pesquero y acuícola, normalización industrial y productos fiscalizados, así como competencias compartidas con los gobiernos regionales y locales en determinados ámbitos productivos.

En el marco del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico, el PRODUCE cuenta con el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025 – 2030, aprobado mediante RM N° 136-2025-PRODUCE, el cual define visión, misión, objetivos estratégicos institucionales y acciones estratégicas orientadas a promover el desarrollo productivo sostenible, la innovación, la competitividad y la diversificación productiva del país.

Asimismo, en el marco normativo que regula la comunicación institucional pública, la Ley N° 28874, que regula el uso de la publicidad estatal, establece que toda comunicación institucional financiada con recursos públicos debe ser transparente, veraz y orientada al interés de la ciudadanía. Este principio legal constituye el marco rector bajo el cual se desarrollaron las acciones comunicacionales de la Cumbre PRODUCE Circular 2025, asegurando que la estrategia comunicacional implementada respondiera no solo a objetivos institucionales del sector, sino también a los principios de transparencia y servicio al ciudadano que rigen la comunicación pública en el Perú

De manera complementaria, durante el año 2025, PRODUCE contó con el Plan Operativo Institucional (POI) Anual 2025, como principal instrumento de gestión para la programación y ejecución de sus actividades operativas. El POI 2025 articula los objetivos estratégicos institucionales con las acciones y actividades a ser desarrolladas por las distintas unidades orgánicas y programas del sector, permitiendo orientar la intervención institucional hacia el cumplimiento de las prioridades de la política pública definidas para el periodo fiscal correspondiente.

En dicho contexto institucional, promover la economía circular se enmarca dentro de los lineamientos orientados a fortalecer el desarrollo productivo sostenible, la innovación, competitividad empresarial y la gestión ambiental en las actividades productivas.

La organización de la Cumbre 2025 del PRODUCE, responde a esta orientación estratégica y se constituye como una acción institucional destinada a articular actores públicos y privados, difundir enfoques de sostenibilidad productiva y posicionar la economía circular como un eje relevante dentro de la agenda pública del sector producción.

2.2 Estructura organizativa:

PRODUCE tiene una estructura organizativa jerárquica - funcional que le permite cumplir con sus competencias rectoras y operativas. En el nivel más alto se encuentra el despacho ministerial, que constituye la máxima autoridad política del sector y es responsable de la conducción general de la política sectorial, la representación institucional y la toma de decisiones sectoriales.

El Despacho Ministerial es asistido por la Secretaría General, órgano de la alta dirección encargado de la coordinación y supervisión de los sistemas administrativos, así como de las oficinas de apoyo y asesoramiento, entre ellas las áreas de planeamiento, administración, recursos humanos, tecnologías de la información y comunicación e imagen institucional.

Asimismo, el Ministerio cuenta con dos despachos viceministeriales: Pesca y Acuicultura y Mype e Industria, responsables de conducir y supervisar las políticas y acciones sectoriales en los ámbitos de competencia, a través de direcciones generales y órganos de línea especializados.

Adicionalmente, PRODUCE articula su intervención a través de programas nacionales adscritos, como el Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad (PROINNOVATE), el Programa Nacional Tu Empresa, el Programa Nacional de Diversificación Productiva y el Programa Nacional A Comer Pescado, Programa Nacional Compras a Myperu los cuales ejecutan acciones específicas alineadas a los objetivos estratégicos institucionales. Además, cuenta con organismos públicos descentralizados, como el Instituto Tecnológico de la Producción (ITP), Instituto Nacional de la Calidad

(INACAL), Instituto del Mar del Perú (IMARPE), Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero (FONDEPES), Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura (SANIPES).

En ese marco, el Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, cumple un rol estratégico en la formulación, articulación y promoción de políticas públicas orientadas al fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, la industria, la innovación productiva y la sostenibilidad. Durante el periodo de la organización de la Cumbre 2025, la autora se desempeñó profesionalmente en dicho despacho, como comunicadora estratégica, liderando la gestión comunicacional vinculada a la planificación, articulación institucional y posicionamiento del evento como herramienta de política pública del sector producción.

III. Descripción de las Funciones Profesionales

3.1 Cargo ocupado

La experiencia profesional se desarrolló en el despacho viceministerial de MYPE e Industria (DVMYPE-I) del PRODUCE, órgano de la alta dirección encargado de conducir y supervisar las políticas públicas vinculadas al desarrollo de las mipymes, la industria, la innovación productiva y la sostenibilidad empresarial.

La autora se desempeñó como comunicadora estratégica del DVMYPE - I, desde abril de 2025 hasta octubre de 2025, en el marco del servicio denominado “Servicio de estrategia y articulación comunicacional para la visibilidad de las intervenciones sectoriales del viceministerio de MYPE e Industria”. Este servicio tuvo como finalidad fortalecer la visibilidad, posicionamiento y articulación comunicacional de las intervenciones sectoriales del viceministerio.

Durante el periodo, se llevó a cabo la organización de la Cumbre, realizada el martes 12 de agosto de 2025, evento que constituye el caso central del presente trabajo de suficiencia profesional.

3.2 Funciones y responsabilidades

De acuerdo a los términos de referencia del servicio, las principales responsabilidades fueron:

- Articular estrategias comunicacionales para visibilizar las intervenciones del viceministerio y sus entidades adscritas.
- Supervisar y validar contenidos comunicacionales, asegurando su alineamiento con los objetivos institucionales.

- Elaborar matrices de actividades y realizar seguimiento de la agenda estratégica del viceministerio.
- Gestionar el posicionamiento mediático y territorial del viceministerio y su equipo técnico
- Brindar asistencia técnica en la elaboración de narrativa institucional, discursos y mensajes clave para entrevistas y eventos.
- Supervisar los canales y líneas de comunicación de programas y organismos públicos del sector.
- Brindar asistencia técnica en la organización de eventos y actividades sectoriales
- Asistencia técnica en comisiones de servicio y viajes a nivel nacional
- Elaboración de informes que sean requeridos

En el caso específico de la Cumbre 2025, las funciones se concentraron en la conceptualización, planificación y gestión de la comunicación del evento, incluyendo la organización logística y protocolar, definición de mensajes centrales, coordinación interinstitucional, articulación con organismos de cooperación internacional y gremios empresariales, la supervisión de piezas comunicacionales y el seguimiento de la cobertura mediática, antes, durante y después de la actividad.

3.3 Logros alcanzados

En el marco de la gestión comunicacional de la Cumbre 2025, se alcanzaron los siguientes resultados verificables:

3.3.1 Lanzamiento de la Hoja de Ruta de Economía Circular al 2030

Uno de los principales logros de la Cumbre, fue constituirse en el espacio oficial de presentación de la Hoja de Ruta de Economía Circular de la Industria Manufacturera y Comercio Interno al 2030, oficializada mediante Decreto Supremo N° 018-2025-PRODUCE.

Este instrumento normativo, impulsado por el PRODUCE con el apoyo de la Cooperación Alemana (GIZ), la Unión Europea y la Cooperación Española, se encuentra alineado a la Hoja de Ruta Nacional de Economía Circular, aprobada por el Ministerio del Ambiente. Asimismo, se complementa con la primera hoja de ruta publicada en el 2023 para los subsectores de pesca y acuicultura.

Desde el punto de vista de la gestión comunicacional, el logro no solo se limitó a la organización del espacio de lanzamiento, sino que implicó una articulación interinstitucional. Se realizaron coordinaciones técnicas y comunicacionales con el Ministerio del Ambiente, sector rector en la política nacional de economía circular, así como con el despacho ministerial de dicha cartera y las áreas de comunicaciones correspondientes, a fin de asegurar la participación del ministro en la ceremonia de inauguración de la Cumbre y lanzamiento de la Hoja de Ruta

3.3.2 Presentación de la Hackathon Nacional de Economía Circular

En el marco de la Cumbre, se presentó la Hackathon “Soluciones Tecnológicas para una Economía Circular”, desarrollada con apoyo de la Cooperación Alemana (GIZ) y en coordinación con la Dirección General de Innovación, Tecnología, Digitalización y Formalización (DGITDF) de PRODUCE.

La convocatoria registró 92 equipos inscritos, de los cuales 52 fueron admitidos y evaluados, seleccionándose finalmente 6 equipos finalistas, distribuidos en tres desafíos estratégicos vinculados a valorización de residuos, eficiencia de recursos y trazabilidad de productos. Los ganadores recibieron un paquete de incubación valorizado en S/10 000 y la premiación se llevó a cabo posteriormente en el Foro Internacional de Economía Circular (FIEC) organizado por el Ministerio del Ambiente el pasado mes de noviembre de 2025.

Desde la perspectiva comunicacional, este logro implicó un nivel adicional de complejidad organizativa, ya que la Hackathon constituyó, en la práctica, un evento técnico especializado desarrollado dentro del marco general de la Cumbre. Ello demandó una organización y coordinación paralela que incluyó: articulación interinstitucional, convocatorias públicas, estrategia de difusión, elaboración de línea gráfica, piezas comunicacionales diferenciadas de la Cumbre, gestión y control de invitados, coordinación logística con proveedores y gestión de prensa y contenidos.

En ese sentido, el impacto de esta iniciativa fue movilizar talento joven y multidisciplinario en torno a desafíos reales del sector productivo, fortaleció el enfoque de innovación aplicada dentro de la política economía circular y amplió el público objetivo del evento hacia ecosistemas tecnológicos, académicos y emprendedores.

3.3.3 Financiamiento para proyectos sostenibles

Durante la Cumbre se anunciaron medidas concretas de financiamiento orientadas a las cadenas productivas:

- Más de S/ 13 millones destinados a proyectos que promueven sostenibilidad en las cadenas productivas.
- Impulso a instrumentos de Proinnóvate que acumulan más de \$16 millones en inversión en economía circular
- Registro histórico de proyectos financiados con más de S/ 54 millones destinados a iniciativas con enfoque circular.

El impacto de estos anuncios radica en que la comunicación del evento no se limitó a mensajes declarativos, sino que estuvo acompañada de cifras concretas de inversión pública y cofinanciamiento. Eso fortaleció la credibilidad institucional y evidenció que la política pública contaba con respaldo financiero y mecanismos operativos de implementación.

3.3.4 Valorización de impactos en medios de comunicación

La estrategia de prensa implementada en la Cumbre, permitió alcanzar una cobertura diversificada en distintos formatos, concentrándose principalmente en medios digitales, que representaron el 46.4% del total, seguidos por medios impresos con 21.4%, redes sociales con 16.1%, televisión con 10.7% y radio con 4.4%.

Como resultado de esta difusión, la valorización económica estimada de la cobertura mediática ascendió a US\$ 46,642.69. Este indicador refleja un impacto relevante en términos de retorno comunicacional y evidencia la eficiencia de la estrategia de posicionamiento implementada para el evento.

IV. Resultados y Evidencias de la Aplicación Profesional

4.1 Implementación práctica.

Los conocimientos adquiridos en la formación en Comunicación Estratégica se evidenciaron desde la etapa inicial de conceptualización y formulación de la Cumbre 2025. El proceso no inició con la ejecución del evento, sino con la construcción de la propuesta estratégica, la cual fue presentada y articulada con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), primer financista del evento, así como la Cooperación Alemana (GIZ), que también participó como aliado estratégico.

En esta fase se aplicaron conocimientos vinculados a la planificación estratégica, formulación de proyectos comunicacionales y alineamiento entre objetivos técnicos y objetivos políticos. Se elaboró una presentación integral que permitió exponer la propuesta ante el equipo del DVMYPE-I, recoger retroalimentación del viceministro y ajustar el enfoque del evento para garantizar coherencia con las prioridades sectoriales.

Posteriormente, se diseñó un cronograma de trabajo detallado que incluyó identificación de necesidades logísticas, protocolares y presupuestales, definición de responsabilidades, despliegue de personal y coordinación con cooperaciones internacionales adicionales como AECID y la Unión Europea. Esta etapa demandó una articulación constante entre áreas técnicas, principalmente la Dirección General de Asuntos Ambientales de Industria (DGAAMI) y la Dirección General de Innovación, Tecnología, Digitalización y Formalización (DGITDF), y la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCIIN).

En paralelo, se gestionó la organización integral del evento, incluyendo selección y aseguramiento del local –realizado en el Swissotel Lima- así como la elaboración de lista de invitados, redacción y supervisión de envío de invitaciones protocolares, coordinación con proveedores, definición de requerimientos técnicos y supervisión de aspectos operativos. La realización del evento en dicho recinto implicó, además, una articulación constante con los distintos equipos del hotel, tales como el personal de eventos, seguridad, cocina, soporte técnico y logística interna, para garantizar el adecuado desarrollo del evento y el cumplimiento de los estándares previstos.

La implementación práctica también implicó la gestión simultánea de la hackathon como evento técnico complementario dentro de la Cumbre, lo que supuso la organización paralela de una actividad especializada con dinámica propia, convocatoria diferenciada y coordinación logística independiente, sin afectar la planificación general del evento principal.

Durante la ejecución del evento se aplicaron competencias relacionadas con gestión de crisis, toma de decisiones y resolución de contingencias, propias de contextos de alta exposición pública. La coordinación interinstitucional previa permitió enfrentar imprevistos operativos con capacidad de respuesta oportuna.

Desde el punto de vista presupuestal, la organización de la Cumbre implicó también la articulación de recursos provenientes de cooperación internacional, principalmente por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Cooperación Alemana al Desarrollo - Agencia de la GIZ Perú, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Unión Europea (UE) y Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI). El evento contó con un presupuesto de más de 360 mil soles destinados a la implementación logística,

producción técnica y desarrollo de actividades complementarias como la Hackathon, la Feria Circular, Desfile de Moda Circular, Desayuno Empresarial y otros.

Tabla 1.

Presupuesto referencial de la I Cumbre PRODUCE Circular 2025

Fuente de financiamiento	Componentes financiados	Monto aproximado
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	Implementación del evento principal, alquiler de espacios del hotel, equipos audiovisuales, producción escénica, branding, logística de plenaria y feria	S/ 234,557.57
Cooperación Alemana (GIZ)	Organización del desayuno empresarial, desarrollo de la hackathon, transmisión en vivo, equipos técnicos y coordinación operativa	S/ 100,375.76
Cooperación Española (AECID) y Unión Europea	Implementación de módulos de exhibición, transmisión digital, escenografía y productos demostrativos	S/ 33,298.65
Total referencial del evento		S/ 368,231.98

Nota: Elaboración propia en base a presupuestos utilizados para la implementación del evento

Finalmente, la implementación no concluyó con la clausura de la Cumbre. Posteriormente se gestionaron informes técnicos, verificaciones, seguimiento a compromisos asumidos, conformidades de servicio y procesos administrativos vinculados al pago de proveedores y rendiciones correspondientes.

Esta experiencia integró conocimientos académicos con más de catorce años de trayectoria profesional en el sector público en distintos niveles de gobierno, permitiendo conducir un proceso de articulación compleja que combinó

planificación estratégica, coordinación interinstitucional, gestión operativa y posicionamiento comunicacional de una política pública sectorial.

4.2 Indicadores de éxito o impacto.

Para evaluar el impacto de la aplicación profesional desarrollada en la organización de la Cumbre 2025, se establecieron indicadores relacionados con el posicionamiento mediático, la movilización de actores en iniciativas de innovación abierta y la activación de instrumentos financieros asociados a la política sectorial de economía circular.

Estos indicadores permitieron medir de manera objetiva el alcance y la efectividad de las acciones que se implementaron, tomando como base reportes oficiales elaborados por la OCIIN, así como notas de prensa institucionales que consignan cifras verificables.

Los aspectos medidos fueron:

- La cobertura y valorización mediática del evento, registrada en el reporte de prensa de la OCIIN
- La participación en el hackathon como mecanismo de innovación aplicada vinculado a la Cumbre.
- Los anuncios de financiamiento asociados a instrumentos de política pública de economía circular.

Para evidenciar el impacto comunicacional generado, se presenta como anexo una relación de notas de prensa institucionales vinculadas al evento, difundidas antes, durante y después de su realización, así como un resumen de la cobertura

mediática registrada por la OCIIN. Estas evidencias permiten identificar la continuidad comunicacional del evento.

Tabla 2.

Notas de prensa vinculadas a la I Cumbre PRODUCE Circular y acciones posteriores.

Fecha	Título de la nota de prensa	Tipo de acción	Medio / Plataforma
08/08/2025	PRODUCE presenta hackathon nacional para impulsar soluciones hacia una economía circular	Convocatoria a la Cumbre	Plataforma del Estado
12/08/2025	PRODUCE presenta su segunda Hoja de Ruta de Economía Circular para la Industria Manufacturera y el Comercio Interno	Anuncio de la Cumbre	Plataforma del Estado
14/08/2025	PRODUCE destinará más de S/13 millones para proyectos que promuevan la sostenibilidad en las cadenas productivas	Resultados posteriores al evento	Plataforma del Estado
24/08/2025	Gobierno oficializa la Hoja de Ruta de Economía Circular de la Industria Manufacturera y Comercio Interno al 2030	Noticia vinculada a la Cumbre	Plataforma del Estado
28/08/2025	Rueda de Circularidad del Sector Textil abrió nuevas oportunidades comerciales para MIPYME sostenibles	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado
10/09/2025	PRODUCE suscribe 14 acuerdos para impulsar una producción más limpia y sostenible en el Perú	Resultados posteriores al evento	Plataforma del Estado
21/11/2025	PRODUCE es el ministerio líder en la implementación de la economía circular en el país	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado
21/11/2025	Gobierno reafirma compromiso de impulsar una producción sostenible y competitiva a nivel nacional	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado
25/11/2025	PRODUCE destaca resultados de iniciativa que impulsa la transformación industrial en modelos sostenibles	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado

03/12/2026	MYPE manufactureras darán salto hacia modelos sostenibles con proyecto de PRODUCE y la Cooperación Española	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado
06/01/2026	Al cierre del 2025, más de 13 mil mypes y emprendedores recibieron cerca de 86 mil servicios tecnológicos a través de la red CITE	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado
15/01/2026	PRODUCE fortalece a las Mipymes agroindustriales con charla sobre economía circular en Huaura	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado
22/01/2026	PRODUCE impulsa la economía circular con una inversión de U\$16 millones	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado
14/02/2026	PRODUCE lanza curso gratuito de innovación y sostenibilidad con certificación oficial	Continuidad de política pública	Plataforma del Estado

Nota. Elaboración propia desde la plataforma del Estado Peruano - PRODUCE

Tabla 3.

Cobertura mediática de la I Cumbre PRODUCE Circular

Tipo de medio	Participación en cobertura
Medios digitales	46.4 %
Medios impresos	21.4 %
Redes sociales	16.1 %
Televisión	10.7 %
Radio	4.4 %

Nota. Valorización económica estimada de la cobertura mediática: US\$ 46,642.69.

Reporte - Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCIIN) de PRODUCE.

Los indicadores establecidos evidencian que el impacto de la intervención profesional no se limitó solamente a la visibilidad mediática del evento, sino que se extendió a la movilización de actores en innovación aplicada y al fortalecimiento de instrumentos financieros vinculados a la política de economía circular. De esta manera, el éxito del evento puede medirse tanto en términos de posicionamiento institucional como en resultados concretos asociados a la implementación sectorial.

4.3 Resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos.

Los resultados obtenidos en la organización de la Cumbre, pueden calificarse en cuantitativos y cualitativos, evidenciando tanto impacto medible como mejoras observables en la gestión institucional.

4.3.1 Resultados cuantitativos

Los resultados cuantitativos evidenciaron un posicionamiento mediático relevante del evento, reflejado en una valorización económica de cobertura estimada en US\$ 46,642.69. así como en una distribución significativa de impactos en medios digitales, impresos, televisivos y radiales.

Asimismo, se registró la participación de 92 equipos inscritos en el hackathon, de los cuales 6 fueron seleccionados como finalistas, lo que demuestra una movilización efectiva de talento vinculado a la innovación en economía circular.

En el ámbito sectorial, se anunciaron más de S/ 13 millones en financiamiento para proyectos sectoriales, y se destacó la existencia de 229 proyectos

financiados por más de S/ 54 millones con enfoque de economía circular, lo cual evidenciaron la activación concreta de instrumentos de política pública en el marco del evento.

Estos resultados cuantitativos no solo reflejan montos de inversión o retribución económica, sino que evidencian la capacidad de la gestión comunicacional para articular información técnica con las direcciones generales involucradas y con ello construir una narrativa clara y coherente. La estructuración adecuada de los mensajes permitió comunicar los instrumentos sectoriales de manera efectiva y posicionarlos en la agenda institucional.

4.3.2 Resultados cualitativos

A nivel cualitativo, se evidenció una mejora en el posicionamiento del PRODUCE como actor estratégico en la implementación del enfoque de la economía circular dentro del sector productivo. La Cumbre permitió consolidar una narrativa institucional coherente entre discurso técnico, respaldo normativo y anuncios financieros, fortaleciendo la credibilidad sectorial ante cooperación internacional, gremios empresariales y actores públicos.

Asimismo, se observó una mejora en la articulación sectorial e interinstitucional, particularmente en la coordinación con otros ministerios, como Comercio Exterior y Turismo, Ambiente y organismos de cooperación internacional, lo que contribuyó a proyectar una imagen de coherencia y alineamiento entre políticas sectoriales y nacionales.

Desde el punto de vista interno, el proceso de organización fortaleció la coordinación entre áreas técnicas y comunicacionales del viceministerio,

optimizando la planificación, validación de contenidos, mejora en los flujos de trabajo entre comunicadores y la ejecución operativa de eventos de alta complejidad.

En conjunto, los resultados obtenidos demuestran que la intervención profesional no solo generó impactos medibles, sino que contribuyó a mejorar procesos de articulación, posicionamiento institucional y gestión estratégica dentro del área de trabajo.

Este hallazgo es consistente con lo evidenciado por Villanueva (2024), quien en su investigación sobre comunicación institucional en la Municipalidad Distrital de Belén, Loreto, demostró que existe una correlación significativa entre la planificación comunicacional y la efectividad de las acciones institucionales. El estudio señala que cuando la comunicación está bien planificada y ejecutada, considerando estrategias de lanzamiento, uso de medios, confianza institucional y canales digitales, los resultados tienden a ser más positivos y efectivos. Esta evidencia refuerza el enfoque adoptado en la Cumbre PRODUCE Circular 2025, donde la planificación comunicacional estructurada permitió articular múltiples actores y canales para maximizar el impacto institucional del evento.

4.3.3 Comparación con situaciones anteriores (mejoras o eficiencia lograda).

Antes de la implementación de las acciones desarrolladas en el marco de la Cumbre, las iniciativas vinculadas a economía circular dentro del PRODUCE se difundían principalmente de manera fragmentada, a través de actividades técnicas aisladas, reuniones específicas y notas de prensa emitidas por cada programa o dirección general. Si bien existían avances sectoriales

importantes, no se contaba con un espacio integral que articulara en una sola plataforma los servicios, instrumentos normativos, financieros y técnicos vinculados a esta política pública.

Asimismo, la coordinación interinstitucional para el posicionamiento de la economía circular no se encontraba consolidada en un evento sectorial de alcance nacional que integrara a la Alta Dirección, cooperación internacional, sector privado y academia bajo una narrativa común. Este contexto adquiriría mayor relevancia debido a que el país se preparaba para el VIII Foro Internacional de Economía Circular (FIEC), realizado el 20 y 21 de noviembre de 2025, evento que reunió a más de 1900 líderes nacionales e internacionales para reflexionar y trazar líneas de acción orientadas a acelerar la transición hacia un modelo de desarrollo circular.

En dicho espacio internacional, el sector Producción debía presentar de manera estructurada sus avances en economía circular, entre ellos las hojas de ruta, el financiamiento de proyectos, la incorporación de criterios y servicios tecnológicos implementados en los programadas y organismos adscritos. En ese contexto, resultaba estratégico realizar previamente el lanzamiento de la segunda Hoja de Ruta de Economía Circular de la Industria Manufacturera y Comercio Interno al 2030, articulando a los actores clave del ecosistema productivo y asegurando coherencia sectorial antes del escenario internacional.

Por esta razón, se propuso e implementó una estrategia comunicacional y organizativa que permitió consolidar la I Cumbre PRODUCE Circular como un evento sectorial de alto nivel. Este espacio integró el lanzamiento normativo de la Hoja de Ruta al 2030, anuncios de financiamiento y mecanismos de innovación abierta, logrando articular en un solo evento los principales instrumentos de

política pública vinculados a la economía circular. Esta articulación optimizó la difusión de los avances sectoriales, evitó la dispersión de mensajes y fortaleció la coherencia institucional. Asimismo, permitió mostrar al sector Producción como un actor cohesionado y con resultados concretos de cara al FIEC.

En comparación con situaciones anteriores, la intervención profesional permitió pasar de una difusión sectorial fragmentada a una estrategia integral de posicionamiento de política pública, evidenciada en cobertura mediática, activación de instrumentos financieros, continuidad institucional posterior al evento. Además, esta experiencia contribuyó a establecer flujos de trabajo y mecanismos de coordinación que posteriormente se replicaron en otros eventos relevantes para el sector, fortaleciendo la capacidad organizativa y el posicionamiento del sector.

4.3.4 Análisis crítico.

La organización de la Cumbre representó una experiencia profesional de alta complejidad que requirió la articulación de diversas instancias sectoriales, multisectoriales, cooperación internacional, hasta proveedores externos. Todo ello implicó gestionar simultáneamente procesos técnicos, comunicacionales y logísticos, lo que demandó una planificación detallada, comunicación permanente entre las áreas y capacidad de respuesta frente a situaciones imprevistas propias de eventos de alto nivel.

Asimismo, uno de los retos más relevantes fue traducir contenidos técnicos vinculados a instrumentos de política pública en mensajes claros para distintos públicos, lo que requirió una estrecha coordinación con las direcciones técnicas para construir una narrativa institucional coherente.

Este enfoque es coherente con lo planteado por Manso (2024), quien señala que la comunicación institucional no se limita a informar, sino que cumple un rol estratégico en la promoción de prácticas comunicacionales transparentes y responsables, especialmente en temas ambientales y de gestión pública. Según la autora, una comunicación institucional bien gestionada permite adoptar estrategias orientadas al cumplimiento de objetivos concretos, generando mayor conciencia en la población y fortaleciendo vínculos con los actores sociales involucrados. Esta perspectiva resulta pertinente para comprender el enfoque comunicacional adoptado en la Cumbre PRODUCE Circular 2025, donde la narrativa institucional debió articular contenidos técnicos de política pública con mensajes accesibles para públicos diversos

De igual manera, el proceso implicó otro gran reto: la capacidad de articular y socializar la propuesta del evento con la Alta Dirección, a fin de lograr la comprensión y respaldo institucional necesario para su implementación. En el ámbito de la gestión pública, la concreción de iniciativas de esta naturaleza requiere necesariamente de una decisión política y compromiso institucional, por lo que fue fundamental presentar la propuesta, explicar sus objetivos y generar consenso entre las autoridades del sector.

Esta experiencia fortaleció competencias vinculadas a la planificación estratégica, la gestión de eventos institucionales de gran escala y la articulación entre comunicación, gestión pública y toma de decisiones, evidenciando la importancia del trabajo coordinado entre distintos niveles institucionales para alcanzar resultados concretos.

Como lección aprendida, muchos de los procesos, sobre todo en la toma de decisiones y la elaboración de los términos de referencia, se vieron condicionados

por los tiempos institucionales y por la definición, algo tardía, de aspectos clave, como la confirmación del local del evento. Esta situación redujo el margen de planificación previo, en un contexto donde la Cumbre implicaba la ejecución simultánea de diversas actividades que requerían un amplio despliegue de recursos técnicos, logísticos y humanos.

En ese sentido, la experiencia demostró la importancia de contar con términos de referencia detallados para contratar servicios logísticos en eventos de gran escala. Una planificación iniciada con mayor anticipación permitiría definir con mayor precisión los alcances técnicos del servicio y facilitar posteriormente la ejecución y sustentación de los servicios contratados.

V. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

La experiencia profesional desarrollada en la organización de la I Cumbre PRODUCE Circular 2025 evidenció el rol estratégico de la comunicación en la articulación y posicionamiento de políticas públicas. La gestión comunicacional permitió integrar en un mismo espacio instrumentos normativos, financieros y técnicos vinculados a la economía circular, contribuyendo a fortalecer el posicionamiento institucional del PRODUCE en esta materia.

Asimismo, la implementación de una estrategia de comunicación estructurada facilitó la coordinación entre las diferentes direcciones, programas, entidades adscritas, organismos de cooperación internacional y otros actores estratégicos, lo que permitió desarrollar un evento de alto nivel con impacto mediático y sectorial.

Los resultados obtenidos evidencian que la comunicación manejada de manera estratégica no se limita a la difusión de información, sino que constituye una herramienta de gestión que permite articular actores, estructurar narrativas institucionales y posicionar instrumentos de política pública ante distintos públicos.

Finalmente, la experiencia permitió fortalecer competencias profesionales vinculadas a la planificación estratégica, la gestión de eventos institucionales de gran escala y la coordinación interinstitucional, evidenciando la importancia de integrar la comunicación en los procesos de diseño e implementación de políticas públicas

5.2 Recomendaciones.

Se recomienda que la organización de eventos sectoriales de gran escala en el ámbito público incorpore procesos de planificación comunicacional desde las etapas iniciales del diseño de la actividad, a fin de asegurar una adecuada articulación entre los componentes técnicos, institucionales y comunicacionales.

Asimismo, se recomienda iniciar con mayor anticipación los procesos de planificación logística y administrativa, especialmente en lo relacionado con la elaboración de los términos de referencia de los diversos servicios que se requieren. En la organización de eventos resulta fundamental definir con suficiente anticipación el lugar donde se realizará la actividad, ya que ello permite conocer las características del espacio, planificar adecuadamente el despliegue logístico y dimensionar los requerimientos técnicos, operativos y de personal.

Contar tempranamente con esta información facilita contar con términos de referencia más precisos y acordes al lugar de evento, lo que contribuye a una mejor organización, ejecución y posterior sustentación de los servicios contratados.

Adicionalmente, se recomienda que este tipo de iniciativas cuenten desde sus etapas iniciales con el compromiso y respaldo de la Alta Dirección, ya que la implementación de eventos sectoriales de esta magnitud requiere de una decisión política clara que permita articular a las diferentes áreas, movilizar recursos institucionales y alinear a los actores involucrados en torno a objetivos comunes.

Finalmente, se sugiere continuar promoviendo espacios institucionales que permitan visibilizar los avances sectoriales en materia de sostenibilidad y economía circular, fortaleciendo el posicionamiento del sector Producción como actor relevante en la transición hacia modelos productivos más sostenibles.

VI. Bibliografía

- Congreso de la República del Perú. (2006). *Ley N° 28874. Ley que regula la publicidad estatal*. Diario Oficial El Peruano.
- Congreso de la República del Perú. (2008). Decreto Legislativo N.º 1047. *Ley de organización y funciones del Ministerio de la Producción*.
- Macnamara, J. (2025). Strategic communication and public policy: A major gap and opportunity for research, practice, and democracy. *International Journal of Strategic Communication*. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2025.2572076>
- Manso, I. (2024). *La contribución de las empresas de comunicación españolas al desarrollo sostenible* [Tesis de Maestría]. Universidad de Extremadura.
- Ministerio de la Producción del Perú. (2024). *Plan operativo institucional (POI) anual 2025 del Ministerio de la Producción (ajustado al PIA)*.
- Ministerio de la Producción del Perú. (2024). Resolución Ministerial N.º 000504-2024-PRODUCE. Aprueban el *Plan operativo institucional (POI) anual 2025 del Ministerio de la Producción*.
- Ministerio de la Producción del Perú. (2025). *Plan estratégico institucional (PEI) 2025–2030 del Ministerio de la Producción*.
- Ministerio de la Producción del Perú. (2025). Resolución Ministerial N.º 000329-2025-PRODUCE. Aprueban el *Plan estratégico institucional (PEI) 2025–2030 del Ministerio de la Producción*.
- Molano, J. (2023, octubre 27). *Estrategias de comunicación: qué son, tipos y ejemplos*. Blog de HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>
- Presidencia del Consejo de Ministros del Perú. (2017). Decreto Supremo N.º 002-2017-PRODUCE. *Reglamento de organización y funciones del Ministerio de la Producción*.
- Ríos Pacheco, E. F., Barbosa Trigos, J. F., & Páez Quintana, H. A. (2020). *Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento*. REDIPE Red Iberoamericana de

Pedagogía. <https://redipe.org/editorial/estrategias-de-comunicacion-diseno-ejecucion-y-seguimiento/>

Villanueva, S. (2024). *Estrategias de comunicación y esfuerzo contra la anemia en la Municipalidad Distrital de Belén, Loreto 2023* [Tesis de Maestría]. Universidad Norbert Wiener.

VII. Anexos

7.1 Registro de Impacto y Resultados

7.2 Reporte Turnitin

7.3 CV documentado con constancias y certificados de trabajo que validan experiencia profesional

7.4 Presupuestos y término de referencia BID

7.5 Reporte de impactos de la OCIIN

7.6 Notas de prensa de la plataforma del Estado

7.7 Fotografías del evento

Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de Suficiencia Profesional.

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Gestión de la Comunicación Estratégica en la organización de la Cumbre de Economía Circular del Ministerio de la Producción, 2025

Integrante:

1. Pizarro Silva, Ana Cecilia

Asesor: Sam Anlas, Carlos Antonio

Impacto de la investigación

La investigación contribuye a evidenciar el rol de la comunicación estratégica como una herramienta de gestión para el posicionamiento de políticas públicas vinculadas al desarrollo productivo sostenible. A partir del análisis de la organización de la I Cumbre PRODUCE Circular 2025, se demuestra cómo una estrategia comunicacional planificada puede facilitar la articulación entre entidades públicas, sector privado y organismos de cooperación internacional.

Asimismo, el estudio aporta una reflexión aplicada sobre la importancia de integrar la comunicación estratégica en los procesos de diseño e implementación de políticas públicas, particularmente en temas emergentes como la economía circular. En ese sentido, el trabajo tiene impacto institucional y profesional, al proponer un enfoque que fortalece la coordinación interinstitucional, la difusión de instrumentos sectoriales y el posicionamiento del Ministerio de la Producción como actor relevante en la transición hacia modelos productivos sostenibles.

Resultado del proceso de investigación

El proceso de investigación permitió identificar que la gestión estratégica de la comunicación fue un factor clave para la organización y posicionamiento de la I Cumbre de Economía Circular 2025. Entre los principales resultados se evidenció la capacidad de la estrategia comunicacional para articular actores públicos, privados y de cooperación internacional, así como para posicionar instrumentos de política pública como la Hoja de Ruta de Economía Circular al 2030.

Asimismo, el análisis permitió identificar resultados medibles asociados al evento, tales como impactos en cobertura mediática, la participación de equipos en iniciativas de innovación abierta y el anuncio de financiamiento para proyectos vinculados a economía circular. En conjunto, estos resultados confirman que la comunicación estratégica no solo cumple una función informativa, sino que también contribuye a fortalecer la articulación institucional y el posicionamiento de iniciativas de política pública en el sector productivo.