



Resolución Ministerial N° 0347-2012-ED

Lima, 13 SET. 2012

CONSIDERANDO:

Que, mediante Resolución Ministerial N° 0196-2012-ED, modificada por las Resoluciones Ministeriales N° 0283-2012-ED y 0326-2012-ED, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2012;

Que, mediante el Memorando N° 388-2012-MINEDU/SG-OP la Oficina de Prensa solicitó la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2012 a fin de variar el contenido de las campañas "Materiales Oportunos y Bien Utilizados, Aprendizajes Logrados" y "Descarga Virtual y Uso de la Ruta del Aprendizaje – Movilización Nacional por la Mejora de los Aprendizajes"; en virtud de lo manifestado por la Dirección de Educación Secundaria de la Dirección General de Educación Básica Regular y la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana a través del Oficio N° 340-2012/MINEDU/VMGP/DIGEBR/DES y el Informe N° 004-2012-MINEDU/DM-OGECOP, respectivamente;

Que, en tal sentido, es necesario modificar el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2012;

De conformidad con lo establecido en el Decreto Ley N° 25762, Ley Orgánica del Ministerio de Educación, modificado por la Ley N° 26510; la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal y el Decreto Supremo N° 006-2012-ED que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) y el Cuadro para Asignación de Personal (CAP) del Ministerio de Educación;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Modificar el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2012, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 0196-2012-ED y modificada por las Resoluciones Ministeriales N° 0283-2012-ED y 0326-2012-ED, conforme al siguiente detalle:

Campaña "Materiales Oportunos y Bien Utilizados, Aprendizajes Logrados"

DICE:

Medios y/o plataformas de comunicación a utilizar: La campaña está dirigida a la emisión de avisos de 30" en radios a nivel nacional y 16 radios locales más importantes de las principales regiones del país. Se seleccionarán radios con mayor cobertura en el Perú. Aquellos que se encuentran dentro de los primeros lugares de preferencia, por su variada programación, el tipo de música diversa, locutores y premios que puedan ofrecer que estarían dentro del público objetivo propuesto. Mientras que para tener mayor presencia en provincias, se



considerará pautear en las 16 principales radios que se reportan en los estudios de rating que reportan importantes encuestadoras de audiencia.

DEBE DECIR:

Medios y/o plataformas de comunicación a utilizar: La campaña está dirigida a la emisión de avisos (spots) de 30 segundos en emisoras radiales con alcance nacional y 32 emisoras radiales con alcance y/o cobertura local o regional de 16 ciudades del país. Se seleccionarán radios con mayor cobertura en el Perú. Aquellos que se encuentran dentro de los primeros lugares de preferencia, por su variada programación, el tipo de música diversa, locutores y premios que puedan ofrecer que estarían dentro del público objetivo propuesto. Mientras que para tener mayor presencia en provincias, se considerará pautear en las 16 principales radios que se reportan en los estudios de rating que reportan importantes encuestadoras de audiencia.

Campaña “Descarga Virtual y Uso de la Ruta del Aprendizaje – Movilización Nacional por la Mejora de los Aprendizajes”

DICE:

Medios y/o plataformas de comunicación a utilizar: Se difundirán spots de televisión y radio de 40” de duración cada uno, priorizando la contratación de espacios publicitarios en los horarios y programas de mayor audiencia en los canales de señal abierta y de cable y las radioemisoras de cobertura nacional y local, tanto de corte musical como informativas. También se publicarán anuncios en los principales diarios de distribución nacional.

Inversión publicitaria: Se tiene prevista una inversión de S/. 1’046,200.00 (un millón cuarenta y seis mil doscientos y 00/100 nuevos soles).

DEBE DECIR:

Medios y/o plataformas de comunicación a utilizar: Se difundirán spots de radio de 30” de duración cada uno, priorizando la contratación de espacios publicitarios en los horarios de mayor audiencia en radioemisoras de cobertura nacional y local de provincias, tanto de corte musical como informativo. También se publicarán anuncios en los principales diarios de distribución nacional y regional.

Inversión publicitaria: Se tiene prevista una inversión de S/. 1’068,195.48 (un millón sesenta y ocho mil ciento noventa y cinco con 00/100 nuevos soles).





Resolución Ministerial N.º 347-2012-ED

V. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

DICE:

TEMA	OFICINA A CARGO	PERÍODO DE EJECUCIÓN SUGERIDA	MEDIOS A UTILIZAR
Materiales Oportunos y Bien Utilizados, Aprendizajes Logrados	Educación Secundaria	Entre el 17 de Setiembre y el 5 de Octubre	Radios a nivel nacional y local

DEBE DECIR:

TEMA	OFICINA A CARGO	PERÍODO DE EJECUCIÓN SUGERIDA	MEDIOS A UTILIZAR
Materiales Oportunos y Bien Utilizados, Aprendizajes Logrados	Educación Secundaria	Durante Octubre	Radios a nivel nacional y local

VI. INVERSIÓN PUBLICITARIA TOTAL PROYECTADA

DICE:

CAMPAÑA PUBLICITARIA	MONTO EN SOLES
Descarga Virtual y Uso de la Ruta del Aprendizaje – Movilización Nacional por la Mejora de los Aprendizajes	1'046,200.00

DEBE DECIR:

CAMPAÑA PUBLICITARIA	MONTO EN SOLES
Descarga Virtual y Uso de la Ruta del Aprendizaje – Movilización Nacional por la Mejora de los Aprendizajes	1'068,195.48

Artículo 2.- Disponer que la Oficina de Prensa publique la presente Resolución Ministerial en el Portal Institucional del Ministerio de Educación (<http://www.minedu.gob.pe/normatividad/>).

Regístrese y comuníquese.



PATRICIA SALAS O'BRIEN
Ministra de Educación