



Resolución Ministerial

N° 021 - 2014 - MINEDU

Lima, 14 ENE. 2014

Visto, el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2014 elaborado por la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, en adelante la Ley, se establecieron los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión y para fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de los servicios antes señalados;

Que, el artículo 3 de la Ley, estableció, bajo responsabilidad del Titular del Pliego, que para la realización de publicidad estatal, se deberá cumplir, entre otros, con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales y con un Proyecto de Presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo;

Que, mediante el Informe N° 001-2014-MINEDU/DM-OGECOP-OCS-RT y 002-2014-MINEDU/DM-OGECOP-OCS-RT, la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana remite el Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del Ministerio de Educación para su aprobación respectiva, los mismos que detallan las campañas publicitarias de información y difusión de las acciones y propuestas relacionadas a las políticas educativas priorizadas en el Sector Educación;

Que, mediante los Memorandos N°s 026-2014-MINEDU/SPE-UP y 035-2014-MINEDU/SPE-UP, la Unidad de Presupuesto de la Secretaría de Planificación Estratégica señala que la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana y la Dirección de Educación Comunitaria y Ambiental cuentan con los recursos en el Presupuesto del Año Fiscal - 2014, para atender el Plan de Estrategia Publicitaria en los correlativos de cadena 0004 y 0133, Unidad Ejecutora 026: Programa Educación Básica para Todos, clasificador 2.3.22.41 Servicios de publicidad, Fuente de Financiamiento 1. Recursos Ordinarios;

Que, en tal sentido, es necesario aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del Ministerio de Educación;



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.- Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del Ministerio de Educación, el mismo que como anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disponer que la Oficina de Apoyo a la Administración de la Educación publique la presente Resolución Ministerial y su Anexo, en el Sistema de Información Jurídica de Educación – SIJE, ubicado en el Portal Institucional del Ministerio de Educación (<http://www.minedu.gob.pe/>).

Regístrese y comuníquese.



Jaime Saavedra Chanduvi
JAIME SAAVEDRA CHANDUVÍ
Ministro de Educación





PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007-2016"

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2014 DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN



PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007-2016"

Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del Ministerio de Educación

I. Justificación

El Ministerio de Educación tiene como misión ejercer el rol rector en el cumplimiento de políticas, lineamientos, normas, estándares y metas para el sector, desarrollando mecanismos de monitoreo y evaluación efectivos, generando condiciones institucionales y de gestión descentralizada y convocando a la movilización social en los objetivos educativos.

Para cumplir esta misión, el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) establece que, en el ámbito de la comunicación y participación ciudadana, la rectoría del Ministerio de Educación supone el ejercicio de fortalecer y considerar instancias de participación y vigilancia ciudadana que apoyen la mejora de los resultados de aprendizajes para todos los estudiantes haciendo énfasis en aquellos con necesidades especiales.

La Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana, tiene como función conducir el Plan Comunicacional del Ministerio de Educación con enfoque integral y de desarrollo (Manual de Organizaciones y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado por Decreto Supremo N° 006-2012-ED), que promueva el relacionamiento eficaz de la institución en los ámbitos interno y externo; y asistir y articular a los órganos y unidades orgánicas en la formulación de estrategias de comunicación social para el logro de sus objetivos.

El plan comunicacional del Ministerio de Educación toma como referencia el Proyecto Educativo Nacional al 2021 (PEN) que considera como uno de sus objetivos fomentar en todo el país una sociedad capaz de formar ciudadanos informados, propositivos y comprometidos con el desarrollo y el bienestar de la comunidad.

Como parte del plan comunicacional se ha considerado una serie de campañas publicitarias para difundir las acciones y propuestas relacionadas a los pilares establecidos por el Ministerio de Educación. Estas campañas forman parte del Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del Ministerio de Educación.

El Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del Ministerio de Educación está en correspondencia a la Ley N° 28874 que regula la publicidad estatal con el objetivo de: a) establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del gobierno nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad; en prensa escrita, radio y televisión; y, b) Fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión.

Conforme el artículo 3° de la Ley N° 28874, para la realización de publicidad estatal, se deberá cumplir, entre otros requisitos, con la presentación del Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2014, el mismo que será elaborado acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; adecuándose también a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.

II. Objetivo General

Poner al alcance de los ciudadanos información clara, oportuna y transparente sobre el avance en la implementación de las políticas priorizadas del Minedu que se agrupa en cuatro grandes ejes: mejora de los aprendizajes, desarrollo docente, infraestructura educativa y gestión moderna y descentralizada.

III. Objetivos Específicos

Mejora de los aprendizajes

i) Informar a la comunidad educativa y sociedad civil sobre los aprendizajes fundamentales (qué y cómo deben aprender los/las estudiantes) y motivar la acción para apoyar el logro de



PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

“Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria”
 “Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007-2016”

aprendizajes; ii) comunicar la importancia de las evaluaciones y promover que los padres de familia soliciten los resultados para saber los avances y limitaciones de sus hijos frente a los aprendizajes.

Promover que los estudiantes desarrollen hábitos saludables a través del consumo de alimentos y la actividad física.

Desarrollo Docente

Comunicar los avances en la implementación de la Ley de Reforma Magisterial, que incluyen temas como: salarios, derechos, procesos de evaluación, etc; revalorar el rol del docente, a través de la visibilidad y replicabilidad de prácticas pedagógicas destacadas por sus resultados en los aprendizajes.

Infraestructura educativa

Comunicar los avances en la implementación de la política de infraestructura, dando cuenta de la construcción y equipamiento de nuevos locales escolares y del mejoramiento de los mismos en coordinación con autoridades locales y comunidad educativa.

Gestión Moderna y descentralización

Fortalecer la cultura de prevención y gestión del riesgo en la comunidad educativa, distintos niveles de gobierno y la comunidad.

IV. Campañas a ejecutar

Nombre de la campaña: “Buen Inicio del Año Escolar 2014: Todos a clase desde el primer día”

Oficina responsable: Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana

Público objetivo: padres y madres de familia, estudiantes de escuelas públicas y comunidad educativa.

Objetivo: Promover el compromiso de los diferentes actores sociales y autoridades educativas para garantizar las condiciones que faciliten el Buen Inicio del Año Escolar 2014 (contratación docente, mantenimiento preventivo, matrícula oportuna, distribución de materiales, asistencia al primer día de clase, entre otros)

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o menciones en televisión a nivel nacional y/o regional de 30” segundos; spots y/o menciones de radio a nivel nacional y/o regional de 30” segundos. A su vez, se utilizarán medios alternativos para reforzar la comunicación y el mensaje principal de la campaña.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 4'989,545.00 (Cuatro millones, novecientos ochenta y nueve mil quinientos cuarenta y cinco con 00/100 soles).

Periodo de difusión: Entre los meses de Enero y Abril del 2014.



PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007-2016"

Nombre de la campaña: "Buen Inicio del Año Escolar en escuelas seguras, saludables y ecoeficientes"

Oficinas responsables: Dirección de Educación Comunitaria y Ambiental (DIECA)

Público objetivo: Padres de familia, docentes, alumnos y autoridades educativas de todos los niveles socio económicos.

Impacto esperado: Promover el compromiso de los diferentes actores sociales y autoridades educativas para garantizar las condiciones favorables para empezar con los aprendizajes escolares promocionando cultura preventiva en educación en salud, educación en gestión del riesgo y educación en ecoeficiencia.

Lograremos con esto que la comunidad educativa en su conjunto se prepare para recibir a los estudiantes en espacios seguros, saludables y ecoeficientes, de tal forma que cuenten con las condiciones óptimas para aprender bien. Así como la promoción de mensajes claves para afrontar condiciones adversas climatológicas, que pueda poner en riesgo el desarrollo normal de las clases afectando su derecho a la educación o a la salud en nuestro público primario.

Medios y/o plataformas de comunicación a utilizar: Se producirán 03 spots radiales y 02 spots de tv distribuidos de la siguiente manera:

- **Motivo: "A clases en escuelas seguras, saludables y ecoeficientes"**

Spot de radio 1: Se producirá 01 spot de radio de hasta 30 segundos a ser difundido en emisoras radiales de alcance nacional y/o regional.

Spot de Tv 1: Se producirá 01 spot de TV de hasta 30 segundos a ser difundido en canales televisivos de alcance nacional y/o regional.

- **Motivo: "Vamos a clases, es nuestro derecho"**

Spot de radio 2: Se producirá 01 spot de radio de hasta 30 segundos a ser difundido en emisoras radiales de alcance nacional y/o regional.

Spot de Tv 2: Se producirá 01 spot de TV de hasta 30 segundos a ser difundido en canales televisivos de alcance nacional y/o regional.

- **Motivo: "Iniciamos clases, en escuelas seguras frente al dengue"**

Spot de radio 3: Se producirá 01 spot de radio de hasta 30 segundos a ser difundido en emisoras radiales de alcance nacional y/o regional.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de hasta 2,100,000 con 00/100 nuevos soles.

Período de la campaña: Se proyecta ejecutar la campaña entre los meses de enero a abril 2014.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007-2016"

V. Cronograma de ejecución

Nº	Tema	Oficina a Cargo	Período de ejecución	Medios a utilizar
1	Buen Inicio del Año Escolar 2014: Todos a clase desde el primer día	Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana OGECOP	Enero – Abril 2014	TV Radio Medios alternativos
2	Buen Inicio del Año Escolar 2014: En Escuelas Seguras, Saludables y Ecoeficientes	Dirección de Educación Comunitaria y Ambiental	Enero – Abril 2014	TV Radio

VI. Inversión Publicitaria total proyectada 2014

Campaña Publicitaria	Monto en soles
Buen Inicio del Año Escolar 2014: Todos a clase desde el primer día	4,989,545
Buen Inicio del Año Escolar en escuelas seguras, saludables y ecoeficientes	2,100,000
TOTAL DE INVERSIÓN PUBLICITARIA 2013	7,089,545



OFICINA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

