



Resolución Ministerial

N° 118 - 2016 MINEDU

Lima, 02 MAR. 2016

CONSIDERANDO:

Que, mediante Resolución Ministerial N° 058-2016-MINEDU, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2016 del Ministerio de Educación;

Que, a través del Informe N° 010-2016-MINEDU/SG-OGC-OCOM-ACZ, la Oficina General de Comunicaciones solicita la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2016 del Ministerio de Educación, a fin variar el contenido de las campañas denominadas "Aprendizajes Fundamentales para la Vida" y "Buen Inicio del Año Escolar 2016";

Que, en tal sentido, resulta necesario modificar el Plan de Estrategia Publicitaria 2016 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 Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado mediante Decreto Supremo N° 001-2015-MINEDU;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Modificar el Plan de Estrategia Publicitaria 2016 del Ministerio de Educación, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 058-2016-MINEDU, a fin de variar el contenido de las campañas denominadas "Aprendizajes Fundamentales para la Vida" y "Buen Inicio del Año Escolar 2016".

El Plan de Estrategia Publicitaria 2016 del Ministerio de Educación, con las correspondientes modificaciones, como Anexo, forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- Disponer que la Oficina General de Asesoría Jurídica publique la presente resolución, 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

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

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

"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016 DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN (MODIFICACIÓN)





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Plan de Estrategia Publicitaria 2016 del Ministerio de Educación

I. Justificación

El Ministerio de Educación tiene como misión garantizar derechos, asegurar servicios de calidad y promover oportunidades deportivas a la población para que todos puedan alcanzar su potencial y contribuir al desarrollo de manera descentralizada, democrática, transparente y en función a resultados desde enfoques de equidad e interculturalidad.

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 Comunicaciones tiene como función conducir el Plan Comunicacional del Ministerio de Educación con enfoque integral y de desarrollo (Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado por Decreto Supremo N° 001-2015-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 que forman parte del Plan de Estrategia Publicitaria 2016 del Ministerio de Educación.

El Plan de Estrategia Publicitaria 2016 del Ministerio de Educación, está en el marco de 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 2016, 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

Informar sobre la implementación de las políticas priorizadas del Minedu que se agrupan en cuatro grandes ejes: mejora de la calidad de los aprendizajes, revalorización de la carrera docente, modernización de la gestión educativa y cierre de la brecha de infraestructura educativa a fin que la ciudadanía acceda a los beneficios y servicios del Ministerio de Educación, así como motivar la acción para apoyar el logro de aprendizajes.



PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

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

"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

III. Objetivos Específicos

Mejora de la calidad de los aprendizajes

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 aprendizajes; asimismo, 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.

Revalorización de la carrera docente

Informar sobre la implementación de la Ley de Reforma Magisterial, que incluyen temas como: derechos, convocatorias de procesos de evaluación, salarios, entre otros; organización y desarrollo del concurso de buenas prácticas a fin de revalorar el rol del docente, a través de la visibilidad y replicabilidad de prácticas pedagógicas destacadas por sus resultados en los aprendizajes.

Modernización de la gestión educativa

Fortalecer la cultura de prevención y gestión del riesgo en la comunidad educativa, distintos niveles de gobierno y la comunidad. Promover el compromiso y la capacitación constante para la mejora de la calidad de la educación entre los directivos de las escuelas.

Cierre de la brecha de infraestructura educativa

Informar a la comunidad educativa la construcción, implementación y equipamiento de nuevos locales escolares a fin de acceder a sus servicios.

IV. Campañas a modificar

Nombre de la campaña: "Aprendizajes Fundamentales para la Vida"

Oficina responsable: Oficina General de Comunicaciones (OGC)

Público objetivo:

Público en general: líderes de opinión, docentes y directores, padres y madres de familia, sociedad civil, empresarios, autoridades y estudiantes en general.

Objetivo: Difundir los lineamientos del Ministerio de Educación en favor de los aprendizajes con el fin de fomentar el compromiso de la comunidad educativa en la obtención de una escuela que forme ciudadanos capaces de entender, pensar y transformar la realidad de manera lúcida, autónoma y comprometida.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Publicaciones y/o avisos de diversos formatos en medios digitales. Los detalles de los medios y avisos se determinarán en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/ 176,100.00 (ciento setenta y seis mil cien con 00/100 soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de enero y junio de 2016.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Nombre de la campaña: "Buen Inicio del Año Escolar 2016"

Oficina responsable: Oficina General de Comunicaciones (OGC)

Público objetivo: Docentes y directores, padres de familia y estudiantes de escuelas públicas.

Objetivo: Promover el compromiso de los diferentes actores de la comunidad educativa para garantizar las condiciones que faciliten el Buen Inicio del Año Escolar 2016.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o banners y/o menciones en televisión a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 50" segundos; spots y/o menciones de radio a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 50" segundos. Avisos de diversos formatos en medios impresos. Medios virtuales. A su vez, se utilizarán medios alternativos para reforzar la comunicación y los principales mensajes de la campaña. Los detalles de los medios y avisos se determinarán en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/ 5'441,260.00 (Cinco millones cuatrocientos cuarenta y un mil doscientos sesenta con 00/100 soles).

Periodo de difusión: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de febrero y abril de 2016.

Esta campaña tiene 2 etapas:

Primera Etapa: A difundirse en febrero y marzo de 2016.

Segunda Etapa: A difundirse entre febrero y abril de 2016.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

V. Cronograma de ejecución

Nº	Tema	Oficina a Cargo	Período de ejecución	Medios a utilizar
1	Actividades del Minedu 2016	OGC	Primera Etapa: Enero - Abril 2016 Segunda Etapa: Abril - Diciembre 2016	Prensa Escrita Online Medios alternativos
2	Aprendizajes Fundamentales para la Vida	OGC	Enero - Junio 2016	Online
3	Reforma Universitaria 2016	DIGESU	Primera Etapa: Enero - Marzo 2016 Segunda Etapa: Marzo - Diciembre 2016	Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
4	Buen Inicio del Año Escolar 2016	OGC	Primera Etapa: Febrero - Marzo 2016 Segunda Etapa: Febrero - Abril 2016	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos



VI. Inversión publicitaria total proyectada 2016

Campaña Publicitaria	Monto en soles
Actividades del Minedu 2016	950,442.00
Aprendizajes Fundamentales para la Vida	176,100.00
Reforma Universitaria 2016	799,750.00
Buen Inicio del Año Escolar 2016	5'441,260.00
TOTAL DE INVERSIÓN PUBLICITARIA 2016	7'367,552.00

OFICINA GENERAL DE COMUNICACIONES