



Resolución Directoral Regional

N° 01472-2023-DRELM

Lima, 14 de noviembre de 2023

VISTOS: El expediente EIC2023-INT-0258189, el Informe N.° 00058-2023-MINEDU/VMGI-DRELM/DIR-OAC, el Informe N.° 00069-2023-MINEDU/VMGI-DRELM/DIR-OAC, el Informe N.° 00290-2023-MINEDU/VMGI-DRELM/DIR-OPP-EPP, el Informe N.° 00334-2023-MINEDU/VMGI-DRELM/DIR-OPP-EPP, el Informe N.° 01008-2023-MINEDU/VMGI-DRELM/DIR-OAJ-EGSA, y demás documentos adjuntos;

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 191 del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Ministerio de Educación, aprobado por Decreto Supremo N.° 001-2015-MINEDU, señala entre otros aspectos, que la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana es el órgano desconcentrado del Ministerio de Educación a través del Despacho Viceministerial de Gestión Institucional, responsable del servicio educativo y de los programas de atención integral en el ámbito de su jurisdicción así como de evaluar y supervisar a las Unidades de Gestión Educativa Local de Lima Metropolitana;

Que, el artículo 8, literal e) del Manual de Operaciones de la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana, aprobado por Resolución Ministerial N.° 215-2015-MINEDU y su modificatoria, dispone que la Dirección Regional tiene entre sus funciones «dirigir, organizar y supervisar la gestión de la DRELM, así como evaluar el cumplimiento de sus objetivos y planes, en el marco de la normativa aplicable»;

Que, el artículo 25 del mencionado Manual de Operaciones señala que la Oficina de Atención al Usuario y Comunicaciones es responsable, entre otros, de administrar la gestión documental, en el ámbito de su competencia; y, el artículo 26, literales f) y h) establecen entre sus funciones, desarrollar actividades comunicacionales de la DRELM, y administrar el portal institucional y redes sociales de la DRELM;

Que, con Resolución Directoral Regional N.° 0175-2023-DRELM, se aprueba el Plan de Trabajo Pedagógico para Lima Metropolitana 2023, con eficacia anticipada al 03 de enero de 2023; y con Resolución Directoral Regional N.° 0176-2023-DRELM, de fecha 31 de enero de 2023, se aprueba los «Lineamientos Educativos Regionales para Lima Metropolitana», con eficacia anticipada al 2 de enero de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2027, de acuerdo a los Anexos I, II, III y IV de la citada resolución;

Que, con Informes N.°s 00058 y 00069-2023-MINEDU/VMGI-DRELM/DIR-OAC, de fechas 16 de agosto y 2 de noviembre de 2023, respectivamente, el Equipo de Imagen y

EXPEDIENTE: EIC2023-INT-0258189 CLAVE: A752B1

Esto es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Ministerio de Educación, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web:

https://esinad.minedu.gob.pe/e_sinadmed_1/VDD_ConsultaDocumento.aspx



Comunicaciones de la Oficina de Atención al Usuario y Comunicaciones, señala que se ha elaborado el Plan de Comunicación para transformar la Educación de Lima Metropolitana, bajo cuatro líneas de la comunicación sensibilización, información, participación y encuentro sociocultural, cuya finalidad es contar con una herramienta estratégica para la gestión de las comunicaciones en Lima Metropolitana que oriente el diseño, desarrollo y evaluación de las acciones de difusión promoción y sensibilización que implementa la DRELM y sus siete UGEL, para garantizar un mejor servicio educativo a través de su estrategia de la Escuela de la Confianza y sus 4 lineamientos de gestión educativa;

Que, asimismo el informe indica que, el citado Plan tiene como objetivo informar de manera estratégica, eficiente y pertinente, a la comunidad educativa de Lima Metropolitana sobre las acciones que realiza la DRELM y sus 7 UGEL, para garantizar un mejor servicio educativo a los estudiantes, en todos los niveles y modalidades, por lo que, concluye que resulta necesario aprobar a través del respectivo acto resolutivo el Plan de Comunicación para transformar la Educación de Lima Metropolitana, con eficacia anticipada a 1 de octubre de 2023, fecha en que se iniciaron las acciones para construcción del plan;

Que, mediante Informes N.ºs 00290 y 00334-2023-MINEDU/VMGI-DRELM/DIR-OPP-EPP, de fechas 29 de setiembre y 6 de noviembre de 2023, respectivamente, la Oficina de Planificación y Presupuesto, en su calidad de órgano técnico, señala que, el diseño e implementación de las estrategias y actividades de comunicación se han determinado de manera consensuada, entre el equipo de comunicaciones de la DRELM y los equipos de las 7 UGEL, considerando las prioridades institucionales;

Que, el citado informe indica que, los objetivos contemplados en el Plan de Comunicación para transformar la Educación de Lima Metropolitana, contribuyen al Objetivo Estratégico Sectorial OES-05 "Incrementar el desempeño y la capacidad de gestión del sector a nivel de instituciones educativas e instancias intermedias y nacionales" del "Plan Estratégico Sectorial Multianual – PESEM 2016-2026", aprobada mediante Resolución Ministerial N.º 287-2016-MINEDU, y extendida en horizonte temporal con Resolución Ministerial N.º 118-2022-MINEDU. Además, está alineado al Objetivo Estratégico Institucional OEI.06 "Modernizar la gestión y financiamiento institucional y del sistema educativo" y AEI.06.07 "Estrategias efectivas para la modernización en la gestión de las DRE-GRE, UGEL e IE (Simplificación administrativa, gestión por procesos y organización institucional)" del Plan Estratégico Institucional – PEI 2019-2026 del Ministerio de Educación, aprobada con Resolución Ministerial N.º 737-2018- MINEDU y, extendida en horizonte temporal con Resolución Ministerial N.º 187-2022-MINEDU y modificado por Resolución Ministerial N.º 344-2022- MINEDU;

Que, en cuanto al financiamiento, señala que las acciones del Plan de Comunicación para transformar la Educación de Lima Metropolitana, no irrogan gastos a la DRELM, ya que se enmarcan en las funciones de la OAC y la actividad operativa "Administración de la gestión documental y desarrollo de la comunicación institucional e interinstitucional" del POI 2023-DRELM; por lo que, emite opinión favorable a la aprobación del citado Plan, con eficacia anticipada al 1 de octubre de 2023, dado que contribuye al logro de los objetivos institucionales y sectoriales;

Que, mediante Informe N.º 01008-2023-MINEDU/VMGI-DRELM/DIR-OAJ-EGSA, de fecha 13 de noviembre de 2023, la Oficina de Asesoría Jurídica, concluye que resulta legalmente viable emitir el acto resolutivo que apruebe el Plan de Comunicación para transformar la Educación de Lima Metropolitana, con eficacia anticipada al 1 de octubre de 2023¹, a fin de convalidar todas programadas y complementarias realizadas con posterioridad a dicha fecha, en concordancia con los informes emitidos por los órganos técnicos

¹ Artículo 17: Eficacia anticipada del acto administrativo

17.1 La autoridad podrá disponer en el mismo acto administrativo que tenga eficacia anticipada a su emisión, solo si fuera más favorable a los administrados, y siempre que no lesione derechos fundamentales o intereses de buena fe legalmente protegidos a terceros y que existiera en la fecha a la que pretenda retrotraerse la eficacia del acto el supuesto de hecho

EXPEDIENTE: EIC2023-INT-0258189 CLAVE: A752B1

Esto es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Ministerio de Educación, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web:

https://esinad.minedu.gob.pe/e_sinadmed_1/VDD_ConsultaDocumento.aspx



Que, de conformidad con el artículo 8, inciso k) del Manual de Operaciones de la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana, aprobado por Resolución Ministerial N.º 215-2015-MINEDU y su modificatoria, corresponde expedir el respectivo acto administrativo;

Contando con el visado de la Oficina de Atención al Usuario y Comunicaciones, de la Oficina de Planificación y Presupuesto y de la Oficina de Asesoría Jurídica, y conforme al Texto Único Ordenado de la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N.º 004-2019-JUS; el Manual de Operaciones de la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana, aprobado por la Resolución Ministerial N.º 215-2015-MINEDU y su modificatoria;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- APROBAR, con eficacia anticipada al 1 de octubre de 2023, el Plan de Comunicación para transformar la Educación de Lima Metropolitana, el mismo que como Anexo, forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2.- DISPONER que el Equipo de Atención al Usuario y Gestión Documentaria de la Oficina de Atención al Usuario y Comunicaciones de esta sede regional notifique la presente resolución a la Oficina de Atención al Usuario y Comunicaciones y a la Oficina de Planificación y Presupuesto de esta sede regional, conforme a Ley.

ARTÍCULO 3.- DISPONER la publicación de la presente resolución en el Portal de la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana: www.dreilm.gob.pe.

ARTÍCULO 4.- DISPONER que el Equipo de Archivo Documentario de la Oficina de Atención al Usuario y Comunicaciones archive los actuados adjuntos en el modo y forma de Ley.

Regístrese y Comuníquese,

Documento firmado digitalmente

LUIS ALBERTO QUINTANILLA GUTIÉRREZ
Director Regional de Educación
de Lima Metropolitana

LAQG/D.DRELM
MEFP/ J.OAJ
WJGM/ C.EGSA
CLCHF/Abg



ECHEVARRIA SALAZAR
Silvia FAU 20330611023 soft
ENCARGADA JEFATURA
OPP - DRELM
Doy V° B°
2023/11/14 16:53:38

VISTO BUENO
MINISTERIO DE EDUCACIÓN



BAZAN SERPA Segundo
Arturo FAU 20330611023
soft
JEFE (E) OFICINA DE
ATENCIÓN AL USUARIO Y
COMUNICACIONES
Doy V° B°
2023/11/15 14:55:29

VISTO BUENO
MINISTERIO DE EDUCACIÓN



QUINTANILLA GUTIERREZ
Luis Alberto FAU
20330611023 soft
DIRECTOR REGIONAL DE
EDUCACIÓN DE LIMA
METROPOLITANA - DRELM
En señal de conformidad
2023/11/15 09:37:10

FIRMA DIGITAL
MINISTERIO DE EDUCACIÓN



FLORES PASTOR Marcela
Edith FAU 20330611023 soft
JEFA DE OAJ - DRELM
Doy V° B°
2023/11/14 13:09:13

VISTO BUENO
MINISTERIO DE EDUCACIÓN

justificativo para su adopción.

EXPEDIENTE: EIC2023-INT-0258189 CLAVE: A752B1

Esto es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Ministerio de Educación, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web:

https://esinad.minedu.gob.pe/e_sinadmed_1/VDD_ConsultaDocumento.aspx





Plan de Comunicación para transformar la Educación de Lima Metropolitana

Construcción colectiva

DRELM + UGEL 1 + UGEL 2 + UGEL 3 + UGEL 4 + UGEL 5 + UGEL 6 + UGEL 7

Octubre 2023

ÍNDICE

Introducción	3
Alcance	4
Temporalidad	4
Marco normativo	4
Contexto	4
Radiografía de la comunicación de la DRELM y las UGEL de Lima Metropolitana	5
Aspectos metodológicos	15
Cómo entender la comunicación	19
Objetivos de comunicación	21
Público objetivo	22
Hitos comunicacionales	22
Mensajes comunicacionales	23
Hitos, metas e indicadores	25
Presupuesto	32
Recursos	32

1 INTRODUCCIÓN

La EDUCACIÓN es uno de los principales desafíos, y más urgentes de atender, para el desarrollo y progreso de la sociedad de Lima Metropolitana; eso lo saben muy bien la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana (DRELM) y sus siete Unidades de Gestión Educativa Local (UGEL). También saben que, solo garantizando una educación de excelente calidad, se logra contribuir significativamente con obtener un mayor nivel de bienestar y calidad de vida en cada persona, con alcanzar la justicia social, el crecimiento económico sostenido y una ciudadanía más activa, más democrática.

Y cuando Lima habla de educación no solo se refiere a la educación básica; sino que se refiere a la trayectoria de nuestros estudiantes por la básica y sus diferentes niveles y modalidades, y a su transitabilidad hacia la educación superior; haciendo énfasis en la superior técnico- productiva y tecnológica, que terminan siendo la receta clave para una sociedad con mayor empleabilidad, producción, innovación y equidad.

En ese marco, la DRELM de la mano con sus siete UGEL ha proyectado cuatro lineamientos para la educación básica y para la educación superior técnico- productiva y tecnológica de Lima Metropolitana. Ello, con el propósito de alcanzar una formación académica de primer nivel, comparable con la mejor educación del mundo y referente en el ámbito internacional, cuyos resultados se observen no solo en mejores niveles de aprendizaje de las estudiantes y de los estudiantes, sino fundamentalmente en la mejora de las condiciones de vida de cada ciudadana y ciudadano de Lima Metropolitana. Los cuatro lineamientos son:

1. Aprendizajes para la vida - Metas de aprendizaje
2. Certificación Múltiple
3. Bienestar de la comunidad educativa
4. Gestión escolar autónoma

La aplicación de estos lineamientos devuelve la mirada hacia el estudiante y centra la atención además en sus características para brindar un servicio que abarque la diversidad de sus necesidades, respondiendo a todos, otorgándoles una formación integral, y permitiéndoles que cada uno pueda integrarse de forma competitiva y comprometida a su sociedad.

Aquí, la comunicación también juega un rol importante para contribuir al fortalecimiento del compromiso de cada actor de la comunidad educativa, de cada servidor público del sector educación de Lima Metropolitana y de cada aliado; esto, a través de acciones de difusión, sensibilización y promoción que permitan entender, valorar y apostar por la aplicación de los cuatro lineamientos de gestión educativa para volver a confiar en el poder de la educación por su impacto la vida de cada estudiante, sus familias y la sociedad en general.

2 ALCANCE

La DRELM y sus siete UGEL, a través de sus respectivos equipos de comunicaciones y tras un proceso de construcción colectiva, proponen estrategias comunicacionales alineadas a los cuatro lineamientos de gestión educativa en el marco de la Escuela de la Confianza, para su implementación en el ámbito de sus jurisdicciones en todo Lima Metropolitana.

3 TEMPORALIDAD

El presente documento plantea las estrategias y actividades que se implementarán en entre los meses de setiembre y diciembre del 2023, considerando los hitos comunicacionales consensuados a las prioridades institucionales.

4 MARCO NORMATIVO

- Ley N° 28044, Ley General de Educación y sus modificatorias.
- Ley N° 29944, Ley de Reforma Magisterial
- Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales
- Decreto Supremo N° 011-2012-ED, que aprueba el Reglamento de la Ley General de Educación.
- Decreto Supremo N° 001-2015-ED, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación.
- Decreto Supremo N° 013-2022-MINEDU, que aprueba los Lineamientos para la promoción del bienestar socioemocional de las y los estudiantes de la Educación Básica
- Resolución Viceministerial N° 176-2021-MINEDU, que aprueba el Documento Normativo denominado “Disposiciones que regulan la transitabilidad entre las instituciones educativas de Educación Básica, Técnico – Productiva y Superior Tecnológica”, el mismo que, como anexo, forma parte de la presente resolución.
- Resolución Directoral Regional N° 0176-2023-DRELM que aprueba los “Lineamientos Educativos Regionales para Lima Metropolitana”, con eficacia anticipada al 2 de enero de 2022 y vigencia hasta el 31 de diciembre de 2027.

5 CONTEXTO

Uno de los desafíos fundamentales para el futuro de la sociedad limeña y peruana, es lograr una educación de calidad que impacte positivamente en el futuro y bienestar de nuestros niños y de las próximas generaciones, y con ello, aporte en la mejora de la calidad de vida de las personas, el crecimiento económico sostenido y la formación de una ciudadanía democrática en el país.

Es la educación la que nos permitirá desarrollar en los futuros ciudadanos limeños conocimientos, competencias, habilidades y valores que les permitan interactuar válidamente con cualquier ciudadano del mundo, además de integrarse productivamente a la sociedad actual y del mañana.

La Escuela de la Confianza es una estrategia impulsada desde la Dirección Regional de Lima Metropolitana donde los sueños y anhelos de los estudiantes son el centro del proceso

formativo y donde las intervenciones educativas se desarrollan respondiendo a sus demandas y proyectos de vida.

Para ello, se ha propuesto cuatro lineamientos educativos regionales, que con la participación activa de directivos, docentes, familias y toda la comunidad educativa, orientan las acciones en las escuelas de la ciudad capital, a saber:

- A. Aprendizajes para la vida. Lineamiento que promueve intervenciones que aseguren el desarrollo de las competencias que nuestros estudiantes necesitan para cumplir con su proyecto de vida.
- B. Certificación múltiple. Con el que se busca asegurar que los estudiantes al egresar de la educación básica cuenten con competencias certificadas para la empleabilidad, orientadas a su inserción al mundo laboral y/o a la generación de sus emprendimientos, que les permita lograr su proyecto de vida, contribuir con mejorar la productividad y competitividad del país.
- C. Bienestar de la comunidad educativa. Promover el desarrollo del bienestar socioemocional y la convivencia armónica de los actores de la institución educativa, es el objetivo de este lineamiento que promueve la participación estudiantil para contribuir con la construcción de la ciudadanía democrática en el país.
- D. Gestión Escolar Autónoma. Para asegurar la innovación y la calidad del servicio educativo en las escuelas de Lima Metropolitana, este lineamiento busca fortalecer los procesos pedagógicos y de gestión escolar, con la participación activa de los estudiantes y sus demandas, de modo que su modelo de gestión considere las necesidades y demandas de sus estudiantes y se construya sobre las fortalezas, historia y cultura de la escuela, así como de su comunidad.

Y porque la educación es la herramienta que nos une a todos los peruanos, en el marco de la estrategia de la Escuela de la Confianza, la DRELM ha impulsado la conformación de la Coalición por la transformación educativa de Lima Metropolitana, un espacio que convoca los esfuerzos del sector privado, la academia y de otras entidades del sector público.

6 RADIOGRAFÍA DE LA COMUNICACIÓN DE LA DRELM Y LAS UGEL DE LIMA METROPOLITANA

Para alcanzar mejores resultados, es importante tener una planificación adecuada y ello implica conocer cómo estamos. Por ello, como parte del punto de partida de este Plan de Comunicación, resulta necesario revisar el impacto que se viene generando con las acciones y recursos de comunicación.

Durante la pandemia y post pandemia, las acciones de comunicación han sido sobre todo en canales digitales que, en Lima, logró tener mayor conexión y empatía con los diferentes públicos.

A continuación, se comparte el impacto registrado en los canales oficiales digitales de la DRELM y sus 7 UGEL:

A. DRELM

La Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana (DRELM) cuenta con cinco canales digitales oficiales de difusión, de los cuales Facebook es el canal oficial con mayor número de

seguidores: 124 837. En el siguiente cuadro se puede apreciar el número de seguidores con los que cuenta la DRELM en sus otros canales digitales.

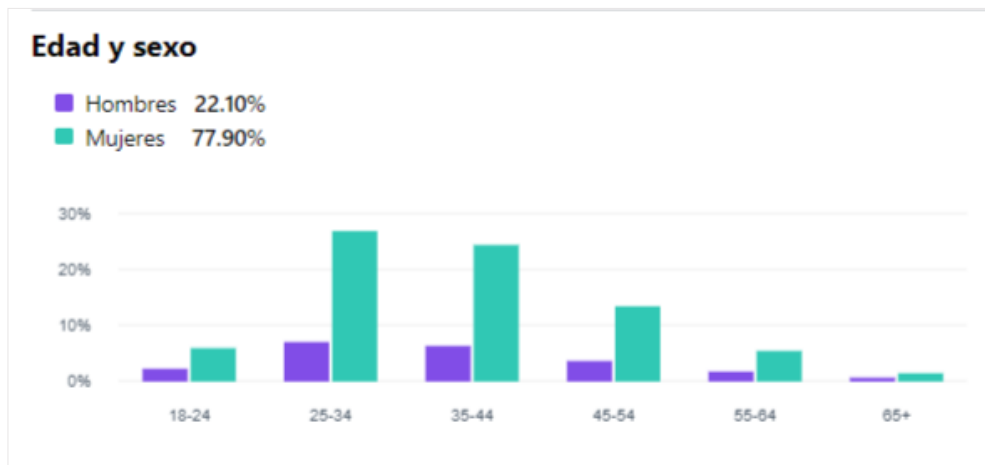
Cuadro N° 1

Número de seguidores					
DRELM	Facebook	Twitter	Instagram	Linkedin	Tik Tok (Generación más Tec)
	176 178	12 869	6 715	1 495	7192

Elaboración propia. Información registrada al 4 de setiembre de 2023

En relación al características del público seguidor del Facebook de la DRELM se puede notar que es mayoritariamente mujer, con más del 77.90% de total de seguidores.

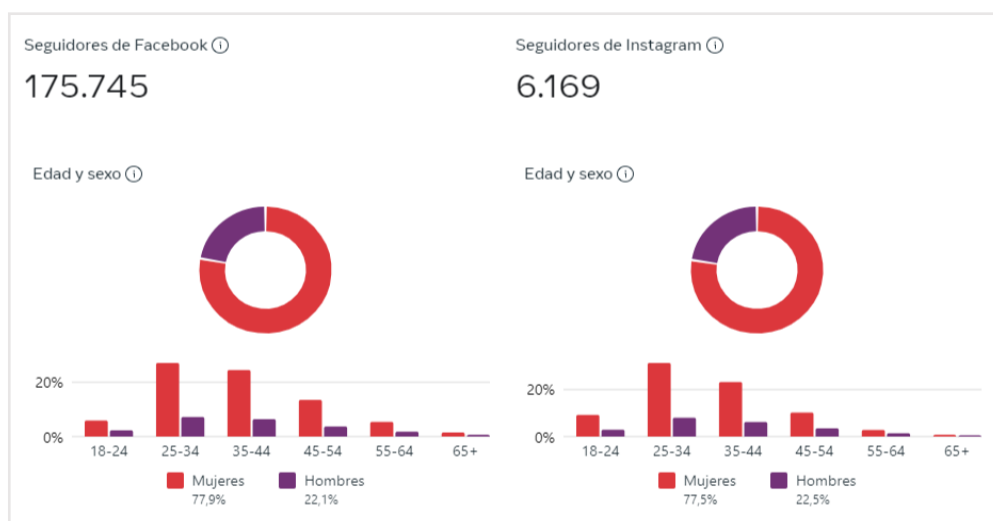
Gráfico N° 1



Fuente: Facebook

Al revisar los grupos etarios, se ve que la población entre los 25 y 44 años son los que más siguen las publicaciones de la DRELM, tanto en Facebook como en Instagram.

Gráfico N° 2



Otro dato importante es que en el último año (de enero a agosto de 2023) se ha generado un incremento de más de trece mil seguidores en Facebook, mientras que en Instagram más de cuatro mil. Eso puede deberse a que el público objetivo está más familiarizado con las publicaciones de Facebook, que termina siendo una población de docentes y familias de treinta a más años.

Asimismo, el alcance registrado en el último mes fue de:

- Facebook: 349 787
- Instagram: 7 399

B. UGEL

Cuadro N° 2

Número de seguidores				
UGEL	Facebook	Twitter	Instagram	Tik Tok
UGEL 1	55 471	1 240	56	-
UGEL 2	119 000	134	1 529	1 581
UGEL 3	80 477	2 374	-	-
UGEL 4	101 157	1 392	-	3 403
UGEL 5	62 000	1 400	412	-
UGEL 6	70 272	1 209	-	-
UGEL 7	39 000	943	1 768	165

Elaboración propia. Información registrada al 4 de setiembre de 2023

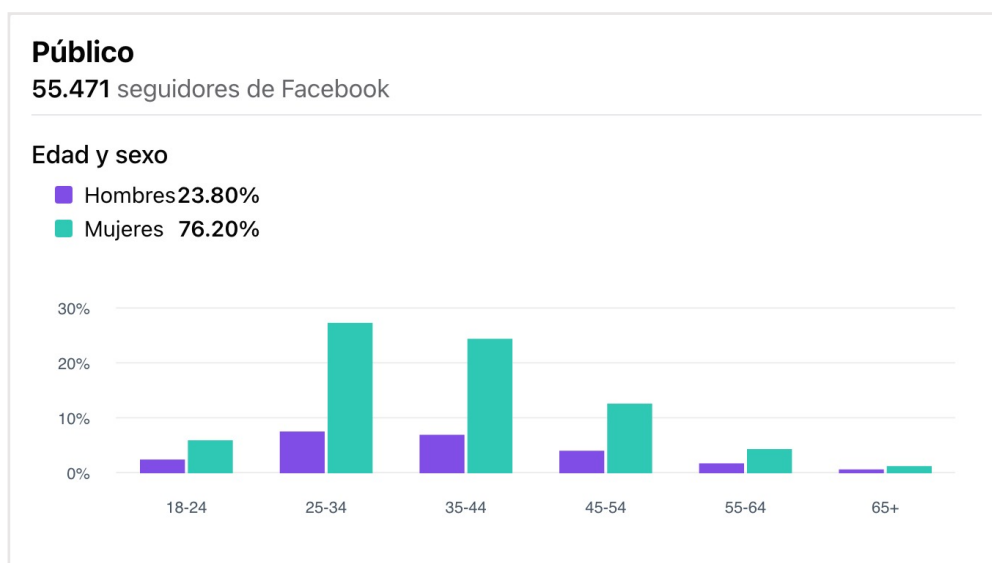
Con relación a las UGEL podemos ver que, al igual que la DRELM, Facebook es el principal canal de difusión de sus contenidos y Twitter es su segundo canal de difusión más importante. Sin embargo, tres UGEL presentan situaciones diferentes:

- La UGEL 02 tiene al Tik Tok como su segundo canal de difusión de contenidos más importante, con un número de seguidores muy similar al de su Instagram, su tercer canal de difusión en importancia y alcance.
- La UGEL 04 también tiene a Tik Tok como su segundo canal de difusión más importante, aunque el número de seguidores que registra triplica en número a sus seguidores en Twitter, su tercer canal de difusión más importante.
- En el caso de la UGEL 07 su segundo canal de difusión más importante es el Instagram.

La UGEL 01 cuenta con tres canales digitales oficiales de difusión: Facebook, Twitter e Instagram, sin embargo solo gestiona contenidos en dos de ellas. El principal canal de difusión de esta UGEL es el Facebook, red social donde cuentan con 55 471 seguidores.

De ellos, el 76,2% son mujeres y sus edades oscilan entre los 25 y 44 años, siendo el grupo etáreo de 25 a 34 años, el grupo que más destaca, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

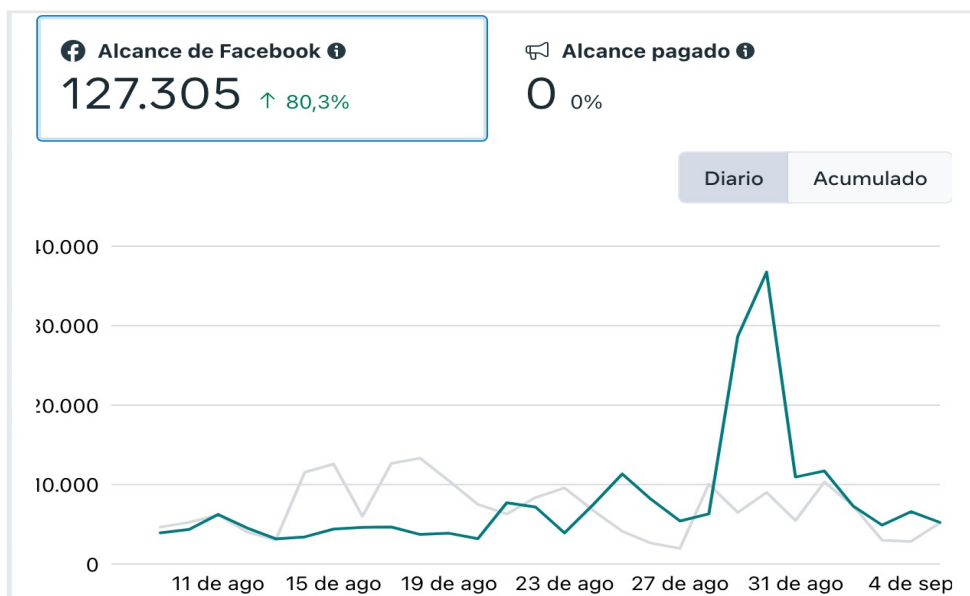
Gráfico N° 3



Fuente: Facebook

En relación al alcance que logran con sus publicaciones en esta red social, esta UGEL registra 127 305 seguidores en este último mes.

Gráfico N° 4



Fuente: Facebook

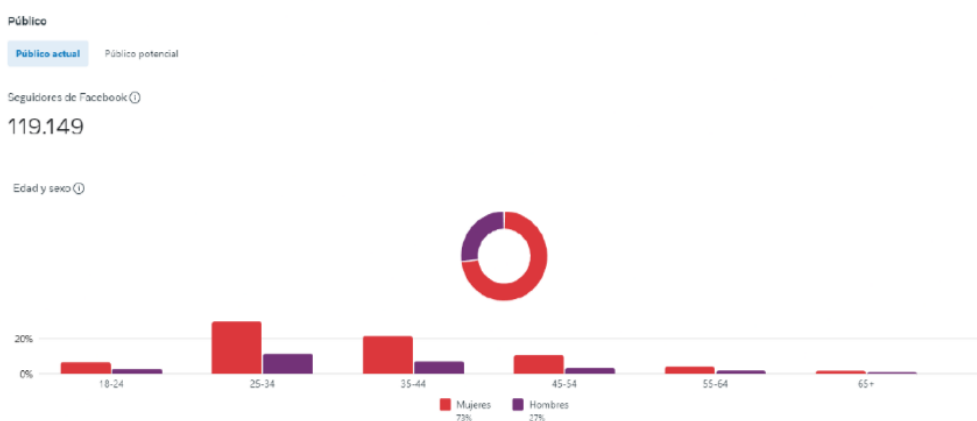
En el caso de la UGEL 2, cuenta con cuatro (04) canales institucionales digitales de difusión: Facebook, con 119 000 seguidores, Tik Tok con 3 076 seguidores, Instagram con 1534 seguidores y LinkedIn con 1145 seguidores. Su canal YouTube cuenta con más de 7 000 suscriptores, aunque su actualización no es permanente.

El Facebook es la red social donde cuentan con el mayor número de seguidores: 119 149, público que se caracteriza por ser principalmente femenino (73%) y cuyas edades fluctúan entre los 25 y 44 años.

Gráfico N° 5
Fuente: Facebook

UGEL 02

Anexo 01 – Seguidores de la página de Facebook



Respecto al alcance que logran con sus publicaciones en esta red social, esta UGEL registra 77 720 seguidores en este último mes.

UGEL 02

Anexo 03 – Alcance de la página de Facebook



Fuente: Facebook

Con relación a la UGEL 3, ésta cuenta con dos canales digitales oficiales de difusión: Facebook y Twitter, siendo el Facebook la red social en la que cuenta con el mayor número de seguidores: 80 477, público que se caracteriza por ser principalmente femenino (74.6%) y cuyas edades fluctúan entre los 25 y 44 años, aunque también registra un considerable número de seguidoras de 45 a 54 años.

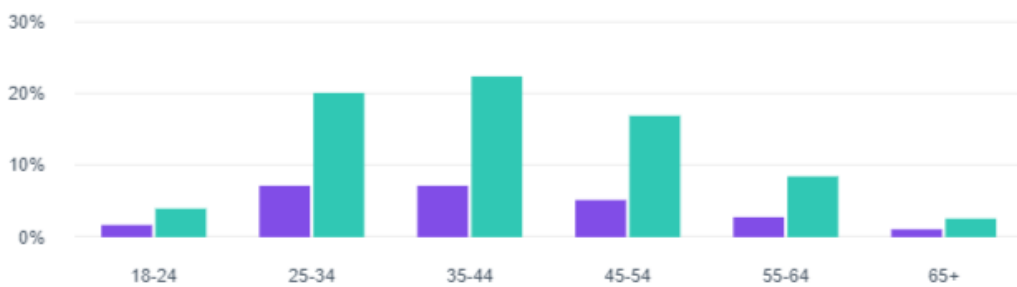
Gráfico N° 7

Público

80.477 seguidores de Facebook

Edad y sexo

Hombres 25.30%
Mujeres 74.70%



Fuente: Facebook

De otro lado, en el último mes la UGEL 03 registró 98 485 de alcance con la información que brinda a través de esta red social a su comunidad educativa.

Gráfico N° 8

Alcance

Alcance de Facebook ⓘ

98,485 ↑ 34.7%

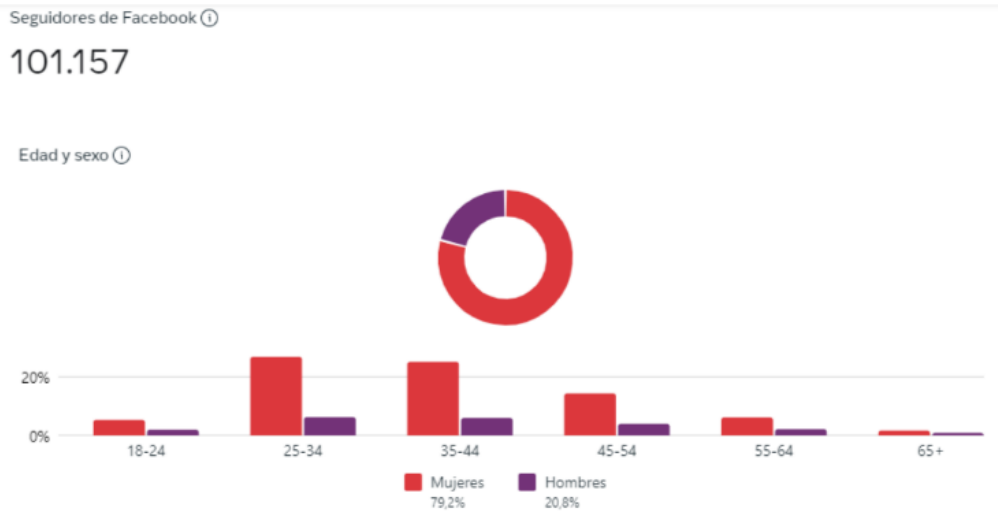


Fuente: Facebook

La UGEL 04 cuenta con tres canales digitales oficiales de difusión: Facebook, Twitter e Instagram, siendo Facebook la red social con mayor número de seguidores. A la fecha registran 101 157 seguidores. Su segunda red social con mayor número de seguidores es Tik Tok con más de 3 400 seguidores.

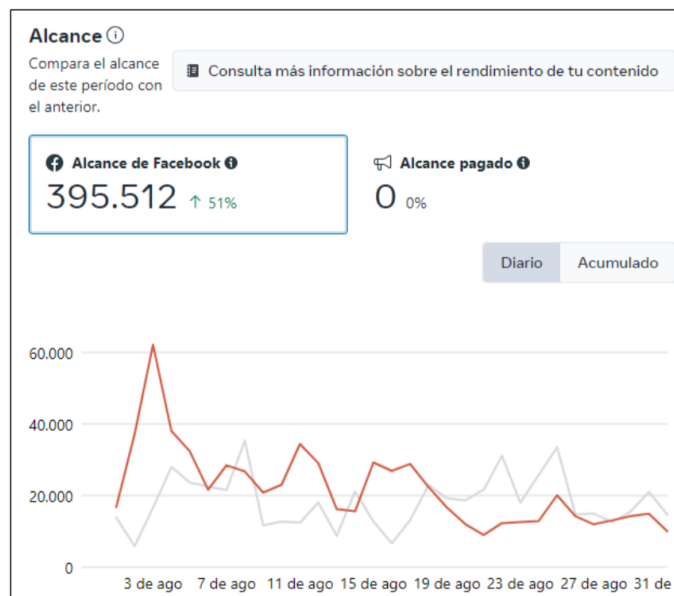
En relación al público seguidor de Facebook, la UGEL 04 también tienen entre su público

Gráfico N° 9



Fuente: Facebook

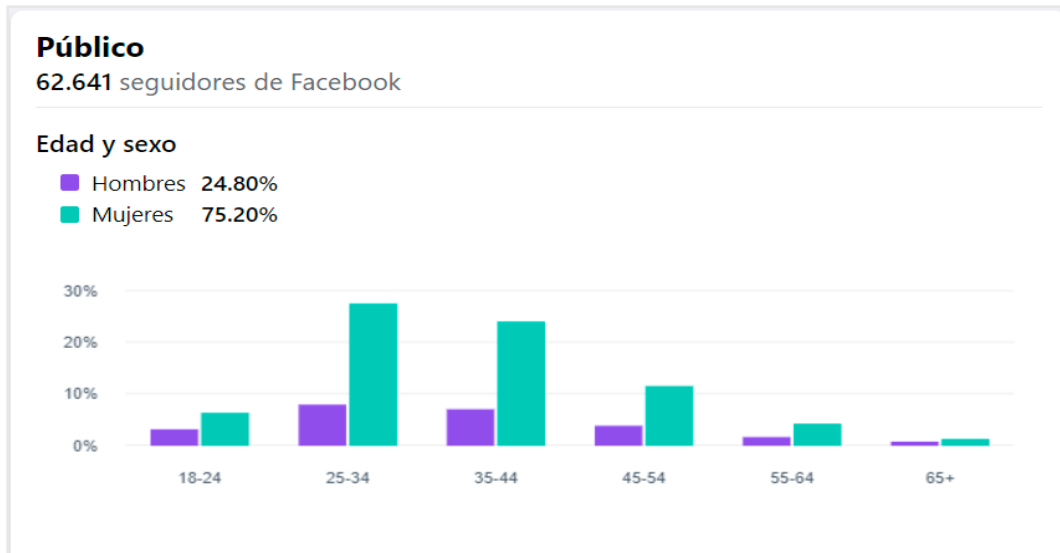
Gráfico N° 10



Fuente: Facebook

En tanto, la UGEL 05 cuenta con tres canales digitales de difusión en redes sociales, siendo la principal el Facebook con más de 62 000 seguidores, le siguen Twitter con 1 400 seguidores y muy por debajo Instagram con 412 seguidores.

Gráfico N° 11

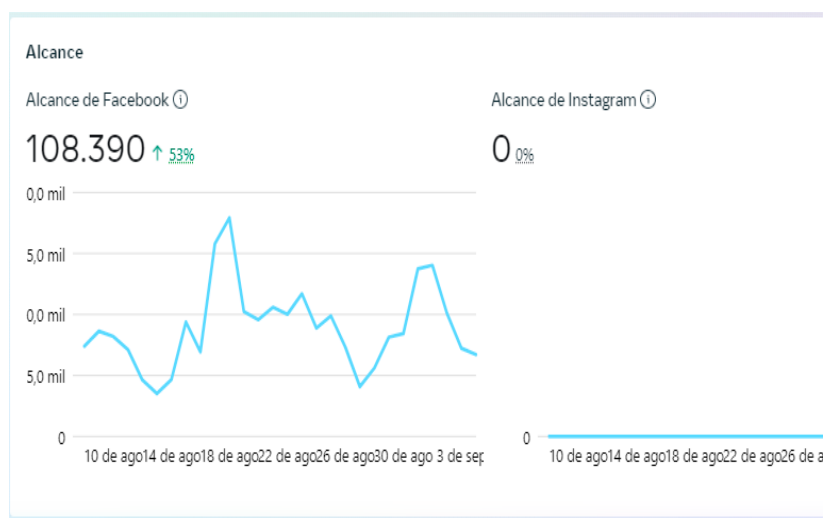


Fuente: Facebook

Como sucede con la DRELM y las otras UGEL, en el Facebook las seguidoras de la UGEL 05 son principalmente mujeres, quienes superan el 75% del total de seguidores que registran, y sus edades fluctúan entre los 25 y 44 años.

En el último mes la UGEL 05 registró 108 390 de alcance en esta red social.

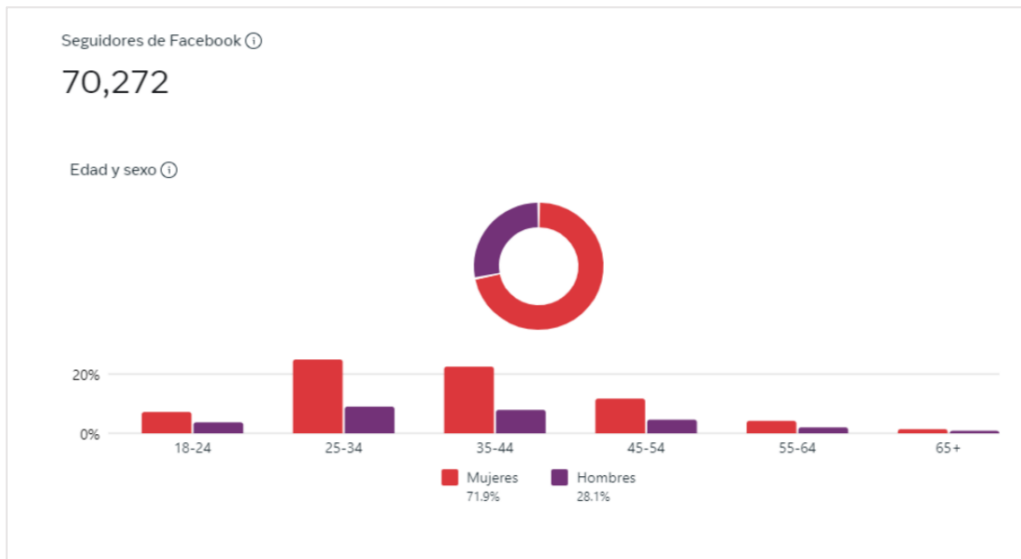
Gráfico N° 12



Fuente: Facebook

Con relación a la UGEL 6 cuenta con dos canales oficiales de difusión (Facebook y Twitter), siendo Facebook el canal con mayor número de seguidores: 70 272.

Gráfico N° 13

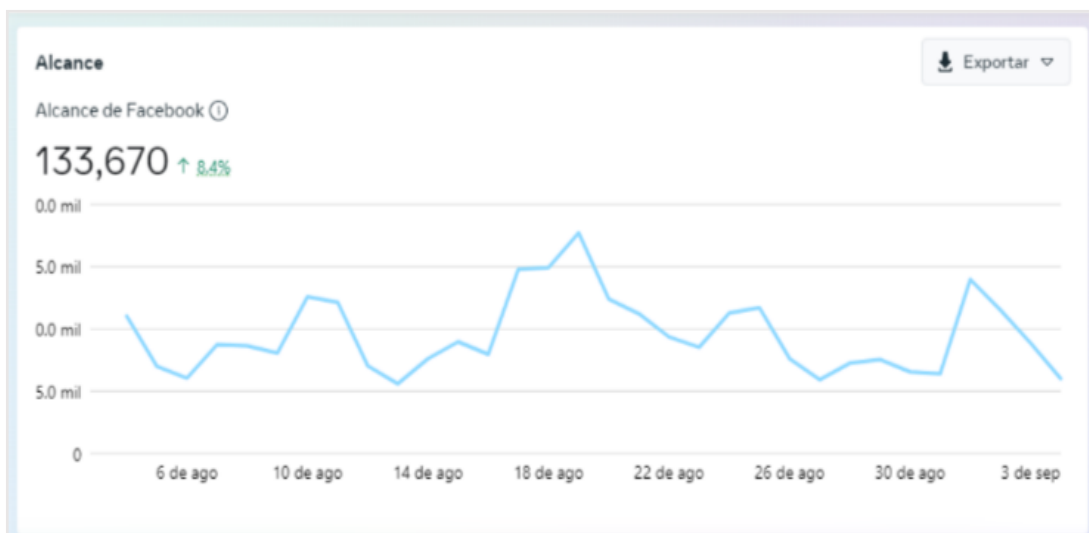


Fuente: Facebook

La UGEL 6 también tiene un mayor número de seguidoras mujeres en la red social de Facebook, las cuales alcanzan el 72 % del total de seguidores. Sus edades oscilan entre los 25 a 44 años principalmente.

En el último mes, el alcance mensual de Facebook de la UGEL 06 fue de 133 670.

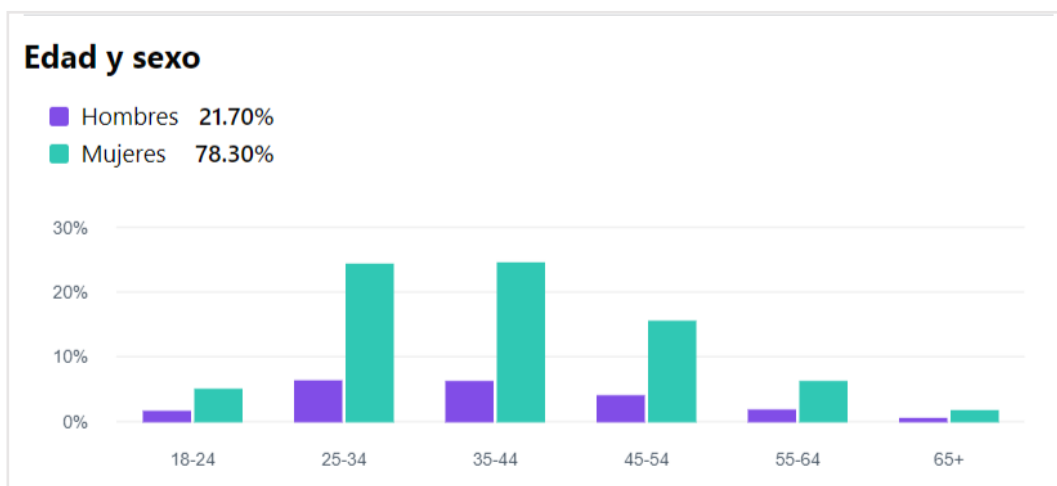
Gráfico N° 14



Fuente: Facebook

La UGEL 7 cuenta con cuatro canales digitales oficiales de difusión: Facebook, Twitter, Instagram y Tik Tok. De ellos, es el Facebook su canal principal con más de 39 000 seguidores. En segundo lugar se ubica su Instagram. Al igual que la DRELM y todas las UGEL, es el público femenino el que más predomina entre sus seguidores. Así, 8 de cada 10 seguidores son mujeres, cuyas edades fluctúan entre los 25 y 44 años.

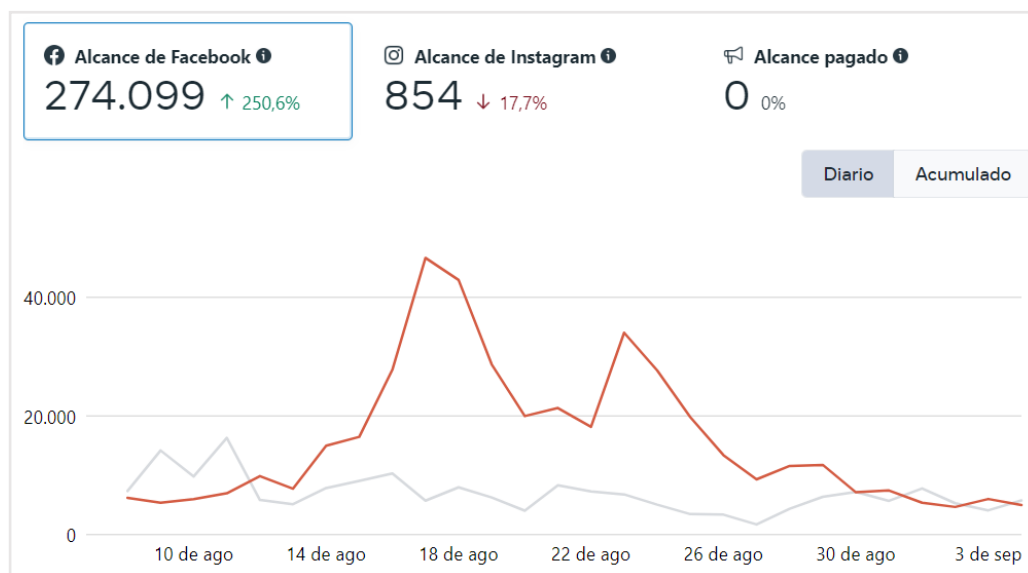
Gráfico N° 15



Fuente: Facebook

De otro lado, el alcance mensual registrado por la UGEL 7 en agosto del presente año fue de 274 099, y en Instagram es de solo 854.

Gráfico N° 16



Fuente: Facebook

Se puede apreciar que, el Facebook es la red social digital más empleada por las UGEL y la DRELM para la difusión de sus actividades, ya que esta concentra a la mayor cantidad de sus seguidores. Esto se debe al perfil que tienen identificado su target: docentes y/o familias que tienen más cercanía o interés con el proceso de educación, que pueden llegar a ser docentes mujeres o madres de familia.

7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Durante los meses de octubre y noviembre del 2022, el Equipo de Imagen y Comunicaciones de la DRELM y los equipos de Participación y Comunicación de las siete UGEL tuvieron una serie de espacios de trabajo para definir las bases de lo que sería el Plan de Comunicación para transformar la Educación de Lima Metropolitana 2023.



Durante las primeras reuniones se logró definir dos aspectos importantes:


- Un primer mapeo de las problemáticas más urgentes en el día a día para cada equipo de Participación y Comunicación.
- La necesidad de fortalecer y visibilizar el rol del equipo profesional de Participación y Comunicación para contribuir significativamente con el logro de los objetivos que de traza el sector educación.

7.1 Mapeo de problemáticas urgentes en común

Las primeras reuniones permitieron que los equipos de Participación y Comunicación de de las siete UGEL y los comunicadores de la DRELM identificaran una serie de problemáticas del sector comunes, que se dan con mayor frecuencia o intensidad.

Fue importante pensar desde el problema, porque el ejercicio permitió analizar y evaluar las acciones a realizar frente a estas situaciones, así como su impacto en la implementación de los cuatro lineamientos de gestión educativa para Lima Metropolitana.

<p>Infraestructura</p> 	<p>La preocupación gira en torno a cómo se encuentra la infraestructura de las II.EE. y que esto es sobre lo que más se reclama a la DRELM y las UGEL en sus diferentes plataformas:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Deficiente, antigua, peligrosa, deteriorada y ubicación inadecuada.▪ Falta de saneamiento.▪ La pregunta de siempre es ¿Cómo responder sin derivar responsabilidades a otros sectores? Esto implica fortalecer un trabajo más articulado entre los involucrados: UGEL, DRELM, MINEDU (PRONIED), etc.
<p>Bienestar</p> 	<p>La falta de identidad con el trabajo institucional se debe en gran parte por la forma como se trata a las personas, usuarios, miembros de la comunidad educativa:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Usuarios que visitan las instalaciones de las UGEL se sienten maltratados, o que hay demasiada burocracia y demoras con sus trámites.▪ Con relación a las y los estudiantes, la principal problemática es la violencia escolar. Hace falta generar acciones de movilización y promoción para contribuir con la convivencia escolar▪ Está presente la inseguridad al salir de la escuela.▪ Docentes no se identifican con sus UGEL (no hay conexión).▪ No se atienden las denuncias de APAFAS.▪ Falta de conexión e identidad con las familias.

<p>Ausencia Desinterés</p> 	<p>Esta problemática termina siendo muy común en diferentes actores de la comunidad educativa (docentes, estudiantes, directivos y familias). Las principales preocupaciones giran en torno a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El ausentismo e interrupción educativa de estudiantes ▪ El ausentismo de docentes ▪ El ausentismo con la entrega de los materiales educativos / libros, etc. ▪ La necesidad de priorizar aún más los CEBA, los CETPRO, y los PRONOEI ▪ Hacer visible la importancia, impacto y beneficios de los aprendizajes para la vida.
--	--

Adicional, se identificaron otras problemáticas relacionadas con los canales y plataformas de comunicación dirigidos a las y los usuarios:

<p>Canales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No hay claridad sobre los canales de comunicación. ▪ Desconocimiento de procedimientos y procesos propios de las UGEL. ▪ Falta de comunicación entre actores de la comunidad educativa.
----------------	---

Finalmente, un problema de origen interno pero cuyo impacto también es externo fue que existe un desconocimiento de la labor y el aporte profesional que los profesionales que integran los equipos de Participación y Comunicación en las UGEL. Así, se identificaron necesidades, vacíos y demandas:

<p>Rol</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se delegan funciones de comunicación e incidencia a otros especialistas, dejando de lado la participación protagónica del equipo profesional de Participación y Comunicación. ▪ No todos conocen la labor y el propósito del equipo profesional de Participación y Comunicación. ▪ Las asignaciones que se delegan terminan siendo más administrativas, logísticas o de generación de productos para el día a día pero sin darle espacio a la planificación más estratégica para generar mejores resultados. ▪ No siempre se les involucra, desde el primer momento, en los procesos de planificación más importantes como el desarrollo de estrategias locales o propuestas de intervención, etc.
------------	---

Sobre esto se profundiza en el siguiente ítem.

7.2 Volver a confiar en el poder del equipo profesional de participación y comunicación.

Como se mencionó, la comunicación, como un proceso social de sensibilización, empoderamiento y movillización, juega un rol importante para toda política pública. Y cuando se habla de comunicación no es solo hablar sobre las acciones de difusión, sino pensarla, valorarla y aplicarla de manera estratégica, ya que sus acciones contribuyen con el logro de todas las intervenciones que desde el sector educación se han definido para Lima Metropolitana.

Por ello es importante:

CONOCER PARA VALORAR
CONOCER PARA GANAR

Si se espera resultados con propósito, debemos confiar en los equipos de Participación y Comunicación. Confiar y valorar el trabajo de los responsables de ese proceso social: el equipo profesional de comunicadoras y de comunicadores de cada institución de gestión educativa descentralizada: DRELM y UGEL.

Y eso implica:

- Conocer y posicionar dentro de cada institución el rol que tienen los equipos profesionales de comunicación.
- Respetar y promover los procesos y tareas de los equipos profesionales de comunicación dentro de cada flujograma institucional.
- Fortalecer y mejorar el equipo de profesionales con recursos y equipos de comunicación para un cumplimiento óptimo de las acciones y el logro de resultados. *(pero cómo)*
- Considerar que como todo proceso de intervención social, que implica un cambio comportamientos, es necesario considerar una partida presupuestal para un mejor desarrollo de sus acciones.

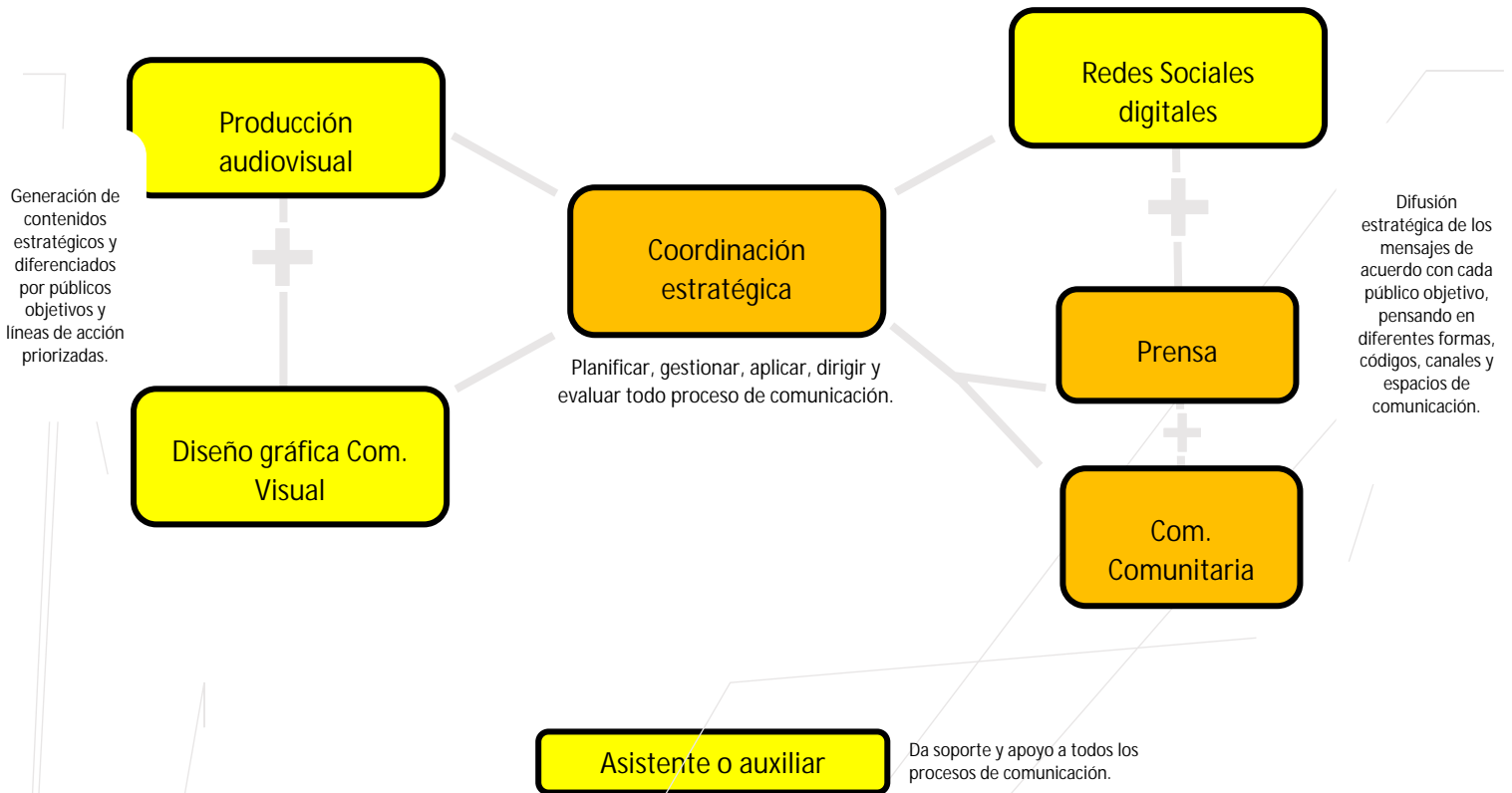
Equipo de profesionales de Participación y Comunicación con la que debe contar mínimamente cada UGEL:

Una coordinadora o coordinador del equipo profesional de Participación y Comunicación que se encargue del proceso de planificación, gestión estratégica y supervisor de todo proceso de comunicación.
Un/a especialista en la Producción Audiovisual que genere contenidos creativos para las diferentes plataformas de comunicación.
Un/a especialista para el Diseño gráfico y Comunicación Visual que genere contenidos creativos para diferentes plataformas de comunicación.
Un/a especialista para la gestión de las redes sociales digitales, que desarrolle acciones de difusión, monitoreo, reporte y la promoción estratégica de las acciones del sector.
Un/a asistente o un/a auxiliar con estudios en Comunicación Social, Comunicación para el Desarrollo o afines. Puede ser también un practicante.

Hay determinadas acciones priorizadas durante el año que necesitan de intervenciones de comunicación con mayor intensidad y priorización. Por ello se sugiere la posibilidad de complementar el equipo con profesionales del siguiente perfil:

Especialista de Prensa	<i>Es responsable de organizar y calendarizar las comunicaciones, elaborar notas de prensa, diseñar un plan de medios acorde a los objetivos de las acciones o intervenciones priorizadas, y establecer una buena relación con los medios de comunicación, influencers, líderes de opinión, aliados, entre otros asuntos.</i>
Especialista de Comunicación Comunitaria	<i>Es responsable de desarrollar acciones de comunicación más interpersonal (cara a cara), a través de espacios de diálogo, talleres, visitas domiciliarias, activaciones locales, u otros espacios alternativos y más específicos de acuerdo con los públicos objetivos de las acciones o intervenciones priorizadas.</i>

(*) Es importante que cada profesional tenga conocimientos generales de Comunicación.



Adicionalmente, se debe considerar un equipamiento necesario para garantizar mejores productos y procesos de comunicación. A continuación, se detalla los equipos tecnológicos y los recursos que el equipo profesional de comunicaciones necesita para tener mejores resultados.

PC de escritorio para cada integrante del equipo profesional de Participación y Comunicación con las siguientes especificaciones:

Procesador	<ul style="list-style-type: none"> • Intel Core i7 10Gen, equivalente o superior. • Núcleos: 6 núcleos o superior • Frecuencia básica: 2.9 HGz o superior • Caché: 12MB o superior • Considera placa madre Dual Channel con salidas de HDMI, DVI y VGA (opcional), también 4 puertos 3.0 i superior y entradas y salidas de línea de audio.
Memoria RAM	<ul style="list-style-type: none"> • 16 GB de Memoria RAM DDR4 o superior • Capacidad: 1TB HDD o superior

Es importante que las PC empleadas para el trabajo de diseño gráfico y producción audiovisual cuenten con los software necesarios y originales para la elaboración, creación y edición de las piezas de difusión. Por ello es necesario contar con las licencias para este paquete de software que considere: Acrobat Pro DC, Illustrator, Photoshop, Premiere Pro, Lightroom, After Effects, InDesign, Adobe XD, Audition, Animate, Colección de substance 3D, Texturas de Substance 3D, Dreamweaver y Incopy.

Asimismo:

- Las suscripciones a repertorios o bancos de imágenes, de sonidos, de animaciones u otros para el desarrollo más efectivo y ágil de las piezas de difusión, como el banco de imágenes *Shutterstock*.
- Contar con un estudio de grabación de recursos de sonido o audiovisuales para los 8 equipos de Participación y Comunicación: DRELM y sus 7 UGEL.

Equipos de comunicación con las siguientes especificaciones:	
Cámara fotográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Batería Ion – Litio • Conectividad Wifi • Resolución video 1920x1080 a más • Velocidad máx. obturador 30-1/800 s • Resolución megapíxeles 20 aprox. • Resolución de imagen 20 mp aprox. • Detector de rostro, sí • Resolución de video, 1920x1080 • Formato de tarjetas de memoria, SDXC-SD • Formatos imagen, JPG-RAW
Celular institucional	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Redmi</i> note 11 Pro+5G 128G • Pantalla FHD 6.67 pulgadas • Procesador Media Tek • <i>Dimensity</i> 920 con 6GB de RAM y 128GB almacenamiento • Cámara frontal de 16 MP, • Batería de 4500 mAh con carga rápida de 120w

8 CÓMO ENTENDER LA COMUNICACIÓN

Cuando se habla y piensa sobre el trabajo profesional de la comunicadora o el comunicador, se ha reducido en discursos como:

“Mi secretaria toma mejores fotos”, “Cualquiera puede usar Canva para diseñar”, “Este video lo hice con mi celular y no veo la diferencia con el tuyo”, “¿Para qué necesitas más gente si tu trabajo es solo animar?”

Discursos que lamentablemente siguen presentes y solo contribuyen con la desvalorización y desinformación de la real labor profesional del equipo de comunicaciones. Por ello, se considera importante recordar lo que significa comunicar.

La comunicación es “un proceso mediante el cual dos o más personas, en un contexto determinado, ponen en común una información, ideas, emociones, habilidades mediante palabras, imágenes, etc., que les pueden permitir obtener, reafirmar o ampliar conocimientos anteriores”.

Los procesos de comunicación van más allá de la difusión de mensajes, se trata de la construcción de espacios de intercambio, diálogo, aprendizaje y socialización que conducen a la reflexión, retroalimentación y movilización social.

La comunicación es esencial en el desarrollo humano. Los procesos de comunicación generan condiciones fundamentales para ampliar las prácticas de empoderamiento, a través de las

cuales las personas consiguen entender por sí mismas asuntos, considerar y debatir ideas, negociar y participar en debates públicos de ámbito local y nacional.

En resumen, podríamos precisar lo señalado por Joan Costa (1991) que *“la comunicación no sólo se inserta en la estrategia general de una institución (...) sino que incluso: contribuye a definirla, la hace realizable y controlable. La comunicación abriga en su propia esencia una triple condición: es proyectual (prospectiva, estratégica y creativa), es vectorial e instrumental al mismo tiempo. La comunicación es más fuerte que la acción porque esas tres condiciones son exclusivas, poderosas por separado y más aún cuando operan en conjunto.”*

Y de ese proceso (proyectual, vectorial e instrumental a la vez) es responsable el equipo profesional de comunicaciones, por lo que es momento de volver a confiar y valorar esta importante labor.

8.1 Enfoques

El ADN de este plan se caracterizará por plantear líneas de acción que respondan a los siguientes enfoques de comunicación:

- Comunicación para el cambio de comportamiento
- Comunicación para el cambio social
- Comunicación para la incidencia
- Fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las comunicaciones
- Educomunicación

Otros enfoques transversales para el presente plan:

Derechos + desarrollo de capacidades + igualdad de género +
interculturalidad + inclusión + territorialidad

8.2 Procesos

Cada actor de la comunidad educativa tiene un rol y sus propias relaciones/ vínculos con las problemáticas o los beneficios relacionados al sector educación; y, por tanto, un nivel de comunicación en el que se encuentran.

Termina siendo importante conocer el nivel de comunicación en el que está cada actor o público objetivo primario sobre el que se dirigirán las acciones de comunicación.

Por ello es importante contar con un estudio de línea de base sobre:

Hábitos de consumo de medios de cada actor de la comunidad educativa: docentes, familias, directivos y estudiantes. Diferenciados por Limas (Sur, Norte, Este, Centro)

Imaginario, percepciones, discursos, miedos y prácticas en torno a las principales intervenciones que se vienen realizando desde la DRELM y las UGEL

Al contar con esta información, se podrá contar también con el nivel comunicacional de cada actor; por tanto, se podrá definir un mejor trabajo para mejorar esos niveles y alcanzar los objetivos.

A continuación, algunos procesos básicos de comunicación que servirán de guía para las líneas de acción:

SENSIBILIZACIÓN <i>Dimensión ideológica</i>	Proceso comunicacional que aporta a la motivación. “Darse cuenta”.
INFORMACIÓN <i>Dimensión informativa</i>	Proceso comunicacional elaborado en el registro de cómo opera el dato. Aporta a la transferencia.
PARTICIPACIÓN <i>Dimensión interaccional</i>	Proceso comunicacional de interacción con otros. Aporta a la apropiación, al empoderamiento.
ENCUENTRO SOCIOCULTURAL <i>Dimensión comunicacional</i>	Acciones y sentidos compartidos con otros. Pone en marcha transformaciones en torno a problemas situados. Incluye a la sensibilización, a la información, a la participación y a otros procesos comunicacionales.

Nota. Tomado de Metodologías de la comunicación estratégica (p. 85), por Sandra Massoni, 2013.

9 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

9.1 General

Incorporar, de manera estratégica, eficiente y pertinente, en el imaginario cultural de la ciudadanía de Lima Metropolitana, en específico el de la comunidad educativa y *servidores públicos de las UGEL y la DRELM*, las acciones de la DRELM y sus siete UGEL como tema prioritario para garantizar un mejor servicio educativo en sus diferentes niveles y modalidades.

9.2 Específicos

- Difundir la relevancia y los beneficios de la educación pública; y como una transitabilidad de la básica a la superior garantiza el desarrollo integral de adolescentes y jóvenes.
- Sensibilizar a cada miembro de la comunidad educativa y a cada servidor público del sector educación de Lima Metropolitana sobre su rol para contribuir en la construcción de una educación pública en la que todas y todos vuelvan a confiar.
- Contribuir con la generación de compromisos y actitudes positivas para garantizar el logro de aprendizajes, la gestión escolar autónoma, el bienestar de la comunidad educativa y la trayectoria y la transitabilidad, involucrando a los actores clave.
- Contribuir desde la comunicación al posicionamiento positivo de las instituciones de gestión educativa descentralizada: DRELM y UGEL.

10 PÚBLICOS OBJETIVOS

Comunidad educativa:

- Familias
- Estudiantes
- No estudiantes

- *Influencers*

- Sociedad Civil
- Academia / expertos en temas educativos

Personal educativo:

- Docentes
- Directivos
- Especialistas de UGEL
- DRELM

Socios o aliados

- Empresas
- Instituciones públicas
- Organizaciones de base
- Puntos de Cultura
- Colectivos juveniles
- Iglesias

Autoridades:

- Alcaldes distritales
- Representantes de otros sectores

Ciudadanía en general

Líderes de opinión:

- Periodistas
- Analistas políticos

11 HITOS COMUNICACIONALES

Para el diseño e implementación de las estrategias y actividades de comunicación se han determinado de manera consensuada, entre los equipo de comunicaciones de la DRELM y las siete UGEL y, considerando las prioridades institucionales, los siguientes líneas de acción, a saber:

1. Inicio de clases
2. Reconocimiento docente
3. Bienestar de la comunidad educativa
4. Talento estudiantil
5. Transitabilidad
6. Gestión escolar autónoma
7. Rendición de cuentas

Así, considerando estas líneas de acción y la temporalidad del presente Plan (octubre – diciembre), se han definido los hitos comunicacionales:



Cabe precisar que, en el periodo de ejecución del presente Plan, una acción comunicacional transversal es la relacionada con la visibilización de las acciones que se desarrollan en Lima Metropolitana para promover el Bienestar de la comunidad educativa.

Asimismo, con el objetivo de mantener una línea discursiva y de acciones como sector, también se considera articular acciones comunicacionales con el Ministerio de Educación, lo cual estará a cargo de la DRELM.

12 MENSAJES COMUNICACIONALES

Se plantean dos bloques de mensajes. Una primera propuesta de mensajes más generales o mensajes paraguas que serán transversales a toda intervención:

1

El primer paso para lograr una mejor sociedad, es garantizar que cada estudiante acceda a un servicio educativo, logre aprendizajes que le sirven para la vida y recibe un servicio educativo con más oportunidades para avanzar.

2

La confianza es el principal ingrediente para garantizar una escuela con la que cada miembro de la comunidad educativa se identifique.

Es momento de volver a confiar en el poder de la educación

Además, se han diseñado los siguientes mensajes clave considerando las líneas por cada uno de los hitos identificados:

<p>Inicio de clases</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La educación pública es un derecho de todas y todos; y garantizar que nadie se quede fuera ni interrumpa sus estudios es una tarea y un gran compromiso de toda Lima Metropolitana. • El inicio de clases es el primer paso de un nuevo camino escolar para lograr el desarrollo de todas las potencialidades de las estudiantes y los estudiantes de Lima Metropolitana. • Con el inicio de clases, cada actor de la comunidad educativa hace visible su compromiso para alcanzar las metas de aprendizaje de cada estudiante. • Las metas de aprendizaje permiten ayuda a que cada actor de la comunidad educativa conozca y refuerce su compromiso para contribuir en los aprendizajes de a) protección de la vida, b) inclusión económica, d) habilidades para la vida y e) educación para la ciudadanía.
<p>Reconocimiento docente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En este camino para la construcción de escuelas y espacios de aprendizaje de la confianza, es importante el rol transformador que cumple un actor: nuestras y nuestros docentes. Es momento de reconocer y hacer visible el trabajo de cada uno, sin excepción. • Las docentes y los docentes de Lima Metropolitana tienen el poder de escuchar, mirar y darles palabras de motivación a sus estudiantes y así generar un impacto positivo para que alcancen sus metas de aprendizaje y continúen sus estudios.
<p>Talento estudiantil</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La educación es una gran oportunidad para que cada estudiante exprese de manera original sus talentos desde el deporte, la expresión artística – cultural y sus procesos de participación ciudadana dentro y fuera de la escuela.
<p>Bienestar de la comunidad educativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Toda la comunidad educativa se compromete en fortalecer la confianza desde la Escuela para garantizar el bienestar de todos.
<p>Gestión escolar autónoma</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las directoras y los directores de las II.EE. de Lima Metropolitana tienen el gran desafío de promover y fortalecer la autonomía de sus instituciones y así alcanzar mejores resultados. Es momento de reconocer esa gran labor.
<p>Rendición de cuentas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lima comparte como a través de una apuesta en conjunto con diferentes actores y con pertinencia, imaginación, creatividad y participación activa, ha logrado que resultados significativos en la comunidad estudiantil, en el fortalecimiento docente, en la gestión autónoma y en la participación de las familias y la sociedad civil.

13 HITOS, METAS E INDICADORES

13.1 TALENTO ESTUDIANTIL (Periodo: octubre - noviembre)

En el último trimestre del año escolar se desarrollan diversas actividades de expresión y celebración en las escuelas y donde nuestra comunidad estudiantil da muestra de todo su talento.

Los Juegos Escolares Deportivos y Paradeportivos, los Concursos Escolares (Premio Nacional José María Arguedas, XIX Olimpiada Nacional Escolar de Matemática, Concurso Nacional Crea y Emprende, Juegos Florales Escolares Nacionales, XXXIII Feria Nacional de Ciencia y Tecnología) y los procesos de participación ciudadana de nuestros estudiantes en el marco de la instalación de los Municipios Escolares son una gran oportunidad para que Lima Metropolitana haga visible ese talento estudiantil de las nuevas generaciones.

Así, desarrollar acciones que hagan visible y nos permitan reconocer la diversidad de las expresiones originales y de calidad que tiene la comunidad estudiantil desde sus diferentes manifestaciones y espacios se convierte así en un hito comunicacional trascendental alineado a la estrategia Escuela de la Confianza en dos de sus lineamientos: Aprendizajes para la vida y Bienestar de la comunidad educativa.

<i>Público objetivo: comunidad estudiantil</i>						
Dimensión comunicacional	Acciones	Ejes/ tonos	Producto	Meta	Indicador	Periodo de ejecución
Información	Hacer visible el talento de la comunidad estudiantil de Lima Metropolitana, con énfasis en: a) Disciplinas deportivas y paradeportivas, b) Expresiones artístico-culturales, y c) propuestas / proyectos de participación	EJE: Involucramiento personal como parte del compromiso	Landing “Talento Estudiantil de Lima Metropolitana”, donde se exhibirán los logros de nuestros estudiantes a nivel deportivo y artístico	1 landing desarrollado y difundido	Número de plataformas de difusión implementada y difundida	Octubre
			Videos sobre el talento estudiantil de Lima Metropolitana	2 videos que muestren el talento estudiantil de Lima Metropolitana	Número de videos elaborados, publicados en el landing	Octubre

	ciudadana de los Municipios Escolares.	TONO: La celebración / el reconocimiento.			Talento Estudiantil y difundidos	
Interacción	Convocar a otras instituciones, redes, grupos a convivir y fortalecer en estos espacios de difusión generados.		Muestras y exposiciones de los trabajos de la comunidad estudiantil de Lima Metropolitana	3 exhibiciones de los trabajos de la comunidad estudiantil	Número de exhibiciones implementadas y difundidas	Octubre – noviembre

13.2 TRANSITABILIDAD (Periodo: octubre - noviembre)

Entre los meses de octubre y noviembre, muchas instituciones de educación básica y de educación superior técnica, celebran la semana de la educación técnica, lo que resulta una oportunidad para desarrollar una actividad que contribuya con hacer visible la importancia de las competencias técnicas en a) la educación secundaria, b) los CETPRO y, c) los Institutos Públicos.

Por ello, se propone desarrollar dos acciones comunicacionales articuladas: a) una campaña informativa para dar a conocer los beneficios e impacto que tienen de la formación técnico-productiva y tecnológica de los IESTP, CETPRO y secundarias técnicas; b) un evento que contribuya con la promoción del emprendimiento y la inserción laboral de la comunidad estudiantil, posicionando el valor de la educación técnica y tecnológica como potentes palancas para el desarrollo país.

<i>Público objetivo: Comunidad estudiantil / Ciudadanía en general</i>						
Dimensión comunicacional	Acciones	Ejes/ tonos	Producto	Meta	Indicador	Periodo de ejecución
Información	Visibilizar los beneficios e impacto de la formación técnico-productiva y tecnológica	EJE: El cambio/ la mejora que se logra con educación	1 campaña de difusión en canales digitales Videos de experiencias de certificación II.EE – CETPRO / IESTP	1 campaña diseñada e implementada 2 videos elaborados y difundidos	Número de campañas elaboradas y difundidas	Setiembre - octubre

Encuentro Sociocultural	de los IESTP, CETPRO y secundarias técnicas.	técnico- productiva y tecnológica. TONO: La oportunidad	1 Feria de la Educación Tecnológica Pública de Lima Metropolitana	1 Feria diseñada e implementada	Número de ferias organizadas y difundidas	Setiembre
-------------------------	--	---	---	---------------------------------	---	-----------

13.3 GESTIÓN ESCOLAR AUTÓNOMA (Periodo: octubre - diciembre)

Como se mencionó, este año la DRELM y sus siete UGEL se trazaron cuatro lineamientos para transformar/ revolucionar la educación de Lima Metropolitana y así generar un impacto positivo en la comunidad estudiantil. Uno de lineamientos corresponde a la aplicación de un modelo de gestión escolar autónoma; el responsable de aplicar y liderar este modelo dentro de una institución educativa es la directora o el director. En sus manos tiene la responsabilidad de promover la innovación, la autonomía, la mejora continua, la exigencia académica y garantizar una comunidad de aprendizaje desde un enfoque territorial.

El directivo tiene siempre una gran labor, y es justo y necesario reconocer su gran labor. Se ha propuesto como fecha que sea el 14 noviembre, en conmemoración de la fundación del primer colegio nacional del Perú, Colegio Nacional Nuestra Señora de Guadalupe en el año 1840, ya que, con esa creación, también se creó el puesto de la dirección de la primera institución de educación básica.

<i>Público objetivo: Ciudadanía en general</i>						
Dimensión comunicacional	Acciones	Ejes/ tonos	Producto	Meta	Indicador	Periodo de ejecución
Interacción	Posicionar el rol de liderazgo que tienen los directivos de las escuelas de Lima Metropolitana y generar espacios de reconocimiento y celebración.	EJE: El cambio/ la mejora que se logra desde el rol directivo.	Landing page donde se visibilice el	1 landing desarrollado y difundido	Número de plataformas de difusión implementada y difundida	Octubre
		TONO: La celebración / el reconocimiento.	Actividad de reconocimiento a los	1 actividad de reconocimiento	Número de actividades de reconocimiento	14 noviembre

			directivos de Lima Metropolitana	articulada en Lima Metropolitana		
Interacción	Generar espacios de celebración y reconocimiento a la labor transformadora del docente que cuando cesa, trasciende las aulas	EJE: El cambio/ la mejora que se logra desde el rol docente. TONO: La celebración / el reconocimiento.	Actividad de reconocimiento	1 actividad de reconocimiento articulada en Lima Metropolitana	Número de actividades de reconocimiento	Diciembre

13.4 INICIO DE CLASES 2024 (Periodo: noviembre – diciembre)

El inicio del año escolar es el primer hito del año educativo y uno de los momentos más importantes para la educación del país, ya que implica una movilización nacional de todas y todos los ciudadanos por garantizar que cada estudiante acceda de forma oportuna a su educación desde el primer día de clases. Sin embargo llegar al primer día de clases en las mejores condiciones implica el desarrollo de diversas acciones que definen en este proceso tres sub hitos: Condiciones, Recuperación, Proceso de matrícula. Para el presente plan consideramos las acciones preparatorias referidas al proceso de matrícula escolar.

13.4.1 Matrícula 2023

Este sub hito hace referencia al proceso de matrícula que se debe lograr en cada estudiante de Lima Metropolitana; y eso implica generar una movilización en diferentes actores de la comunidad educativa. En el periodo correspondiente a este plan las acciones estarán centradas en el trabajo con directivos y docentes.

<i>Público objetivo: Directivos</i>						
Dimensión comunicacional	Acciones	Ejes/ tonos	Producto	Meta	Indicador	Periodo de ejecución

Información	Organizar espacios de capacitación en comunicación para mejorar los procesos de información de las II.EE. hacia las familias	EJE: La involucración personal como parte del compromiso	Talleres de comunicación estratégica “Aquí todas y todos son bienvenidos” Piezas digitales para redes sociales	1 taller de comunicación estratégica	Número de talleres	Noviembre
	Difundir los beneficios de acceder a la educación desde el primer día de clases, a través de un pauteo para el desarrollo de acciones de promoción y difusión.	TONO: La apertura	Kit comunicacional y pauteo para la producción de piezas, mensajes y difusión que enfatice el cronograma del proceso regular de matrícula	1 kit comunicacional elaborado y difundido	Número de kit comunicacional elaborado y difundido	Noviembre
Interacción	Habilitar un landing page sobre el inicio de clases 2024 para Lima, con una sección Director/a de la confianza, con información sobre a) el rol de la escuela, b) los estudiantes como una oportunidad y, c) orientaciones de cómo activar un trabajo articulado con aliados de su IE.	TONO: La ejecución	<i>Landing</i> para directivos. Un entorno virtual dentro de la plataforma Web que informe sobre el inicio de clases.	1 landing page elaborado y difundido	Número de landing page elaborado y difundido	Noviembre - diciembre

13.5 RENDICIÓN DE CUENTAS (Periodo: diciembre)

Este es el último hito del año e implica compartirle a la ciudadanía de Lima los resultados obtenidos teniendo como marco la aplicación de los 4 lineamientos de gestión para la educación básica y la educación superior.

<i>Público objetivo: Comunidad en general</i>						
Dimensión comunicacional	Acciones	Ejes/ tonos	Producto	Meta	Indicador	Periodo de ejecución
Interacción	Generar espacio creativo e integrador que permita dar cuenta de las acciones que han impactado en la mejora de la educación en Lima Metropolitana	EJE: La mejora continua a través de las buenas experiencias TONO: Transparencia y reconocimiento	Actividad de reconocimiento a las buenas prácticas de los diferentes actores de la comunidad educativa en la ruta de la Escuela de la Confianza y sus cuatro lineamientos de gestión educativa	1 actividad de reconocimiento articulada en Lima Metropolitana	Número de actividades de reconocimiento	Diciembre

13.6 OTRAS ACCIONES TRANSVERSALES (Periodo: setiembre – diciembre)

Adicional a las acciones ya señaladas; hay dos líneas de acción importantes que contribuyen de forma transversal con los hitos ya señalados:

<i>Público objetivo: estudiantes y familias</i>						
Dimensión comunicacional	Acciones	Ejes/ tonos	Producto	Meta	Indicador	Periodo de ejecución

Interacción	<p>Desarrollar acciones de información, sensibilización y empoderamiento para las familias sobre su rol en el proceso educativo de sus hijas e hijos referidas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Valoración del buen trato y la buena convivencia desde el hogar y la comunidad para promover el bienestar de las estudiantes. 	<p>EJE: El involucramiento a ser parte del compromiso</p> <p>TONO: El compromiso</p>	<p>Campaña de sensibilización y empoderamiento a través del desarrollo de videos tutoriales, radionovelas, podcast, infografías, etc.</p>	<p>1 campaña elaborada y difundida</p>	<p>Número de campañas</p>	<p>Octubre - diciembre</p>
-------------	---	--	---	--	---------------------------	----------------------------

14 RECURSOS

Para la implementación de las acciones propuestas en el presente Plan se harán uso de los recursos humanos, infraestructura y materiales con los que cuenta el equipo de Imagen y Comunicaciones de la DRELM, así como con el apoyo de los equipo de Participación y Comunicaciones de las siete UGEL de Lima Metropolitana

13.1 Humanos

El equipo de comunicaciones de la DRELM cuenta con dos especialistas, tres analistas, un asistente y dos auxiliares. En tanto los equipos de comunicaciones de las UGEL en su mayoría están integrados por dos especialistas, y en algunos casos suman a sus equipos asistentes, auxiliares o practicantes.

13.2 Materiales

La DRELM y las UGEL cuentan con un equipamiento básico para el desarrollo de sus actividades (cámaras fotográficas y de video), siendo su mayores dificultades, el mantenimiento periódico de equipos, la compra oportuna de software especilizado en el trabajo de diseño y edición de foto y video.

13.3 Institucionales

Para el desarrollo y viabilidad de las actividades y acciones comunicacionales aquí propuestas se está considerando la gestión del apoyo por parte de las instituciones con las que la DRELM y las UGEL trabajan en alianza.

15 PRESUPUESTO

Para la implementación de las actividades propuestas en el presente Plan se harán uso de los recursos humanos, materiales y equipos institucionales.


VERA MEDRANO María Del
Carmen FAU 20330611023
soft
RESPONSABLE DEL
EQUIPO DE IMAGEN Y
COMUNICACIONES EIC -
DRELM
Doy V° B°
FIRMA DIGITAL
MINISTERIO DE EDUCACIÓN 2023/09/27 15:26:01


TORRES MORA Maritza
Maribel FAU 20330611023
soft
ESPECIALISTA DE IMAGEN
Y COMUNICACIONES EIC -
DRELM
Doy V° B°
FIRMA DIGITAL
MINISTERIO DE EDUCACIÓN 2023/09/27 14:52:05