

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL MODELO DE SERVICIO EDUCATIVO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA JORNADA ESCOLAR COMPLETA 2014 - 2016

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Julia Mercedes Bustos Uscuvilca de Veliz

Código 19980122

Asesor

Rodolfo Alejandro Herrera Santamaría

Lima – Perú
junio de 2024



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL
MODELO DE SERVICIO EDUCATIVO DE
EDUCACIÓN SECUNDARIA JORNADA
ESCOLAR COMPLETA 2014 - 2016**

ÍNDICE

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
1. EXPERIENCIA PROFESIONAL	9
1.1 Relación detallada de la experiencia profesional.....	9
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	11
2.1 Objetivo	11
2.2 Descripción del caso	11
2.3 Lecciones aprendidas	28
2.4 Resultados obtenidos	32
2.5 Materiales producidos.....	37
3. REFLEXIONES PROFESIONALES	42
3.1 Utilidad de la formación universitaria en mi desarrollo profesional	42
3.2 Impacto de los cambios tecnológicos en mi recorrido profesional	45
3.3 Principales cambios observados como profesional de la comunicación	46
3.4 Recomendaciones a los recién egresados de la carrera de Comunicación	47
BIBLIOGRAFÍA	48
ANEXOS: DOCUMENTOS SUSTENTATORIOS	50

RESUMEN

El presente trabajo para optar por el título de Licenciada en Comunicación aborda mi experiencia en el desarrollo de una estrategia de comunicación para el nuevo modelo de servicio Jornada Escolar Completa, una intervención de la Dirección de Educación Secundaria del Ministerio de Educación. En las siguientes líneas comparto mi desempeño gestionando la comunicación entre mediados del 2014 y agosto de 2016, identificando, además, cómo la formación brindada en la Facultad de Comunicación, junto a la experiencia acumulada, me permitieron diseñar e implementar una estrategia que contribuyó a que la comunidad educativa se muestre a favor de dicho modelo educativo. Adjunto productos desarrollados, documentos de resultados de estudios cualitativos y links que dan cuenta de mi labor.

Palabras clave: estrategia de comunicación, estado, educación secundaria, promoción, difusión, comunidad.

ABSTRACT

The present work to obtain the title of Bachelor of Communication addresses my experience in the development of a communication strategy for the new Full School Day service model, an intervention of the Directorate of Secondary Education of the Ministry of Education. In the following lines I share my performance managing communication between mid-2014 and August 2016, also identifying how the training provided at the Faculty of Communication, together with the accumulated experience, allowed me to design and implement a strategy that contributed to the educational community is in favor of said educational model. I attach developed products, documents of results of qualitative studies and links that explain my work.

Keywords: communication strategy, state, secondary education, promotion, dissemination, community.

INTRODUCCIÓN

Estudié Periodismo en la Facultad de Comunicación, egresando en el 2003. Aunque mis prácticas preprofesionales y mi primer puesto de trabajo estuvieron vinculados al ejercicio de la prensa radial, mi mayor experiencia profesional ha sido en la gestión de comunicaciones para instituciones públicas.

En febrero de 2006, cuando comencé a trabajar en la Dirección de Educación Secundaria (DES) del Ministerio de Educación (Minedu) sentí que debía actualizar mis conocimientos académicos en temas más alineados a las nuevas labores que estaba realizando, por lo que en el 2007 cursé un diplomado en Comunicación Corporativa en la Universidad Ricardo Palma, y entre el 2009 y 2010 realicé el post grado Comunicación Corporativa: Identidad e Imagen en mi alma mater.

Posteriormente, llevé cursos de Social Media, Gestión Pública y Comunicación Estratégica Digital que permitieron fortalecer mis capacidades profesionales.

Me he desempeñado como comunicadora en el sector privado, pero principalmente en instituciones públicas como el Ministerio de Educación, el Ministerio del Interior y la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas; donde he desarrollado estrategias y campañas de comunicación por más de 15 años.

1. EXPERIENCIA PROFESIONAL

1.1. Relación detallada de la experiencia profesional

Panaservice S.A. (01/07/2004 – 13/02/2006)

Cargo ejercido: Redactora en la emisora 1160 Radionoticias.

Ministerio de Educación (15/02/2006 – 30/08/2016)

Dirección Nacional de Educación Secundaria y Superior Tecnológico
(15/02/2006 – 29/02/2008)

Dirección de Educación Secundaria (03/03/2008 – 31/03/2016)

Dirección General de Educación Básica Regular (01/04/2016 – 30/08/2016)

Cargos ejercidos:

- Profesional en comunicación y difusión.
- Especialista en comunicación y difusión.
- Coordinadora para la gestión de comunicación y movilización.
- Responsable de comunicación estratégica.

OtroSÍ S.A.C. (13/03/2017 – 30/09/2017)

Cargo ejercido: Directora de Comunicaciones.

Ministerio del Interior (01/12/2017 – 07/11/2018)

Cargo ejercido: Analista II en Comunicación Social.

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (12/04/2019 – Actual)

Cargo ejercido: Analista de Comunicaciones



2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

En el presente capítulo se aborda uno de los casos más relevantes en mi gestión profesional, como fue la estrategia de comunicación para el modelo de servicio educativo de educación secundaria Jornada Escolar Completa 2014 - 2016

2.1. Objetivo

Contribuir a la generación de actitudes favorables hacia la implementación de la Jornada Escolar Completa, generando participación y compromiso entre los miembros de la comunidad educativa de las instituciones educativas seleccionadas.

2.2. Descripción del caso

La Jornada Escolar Completa (JEC) es un modelo de servicio educativo para el nivel secundaria diseñado por la Dirección de Educación Secundaria (DES) del Ministerio de Educación (Minedu). La Resolución Ministerial N°451-2014-MINEDU creó este modelo de servicio y dispuso su implementación progresiva a partir del año 2015 en mil instituciones educativas públicas del país (Ministerio de Educación de la República del Perú, 2014).

Este modelo consideró el incremento de 10 horas pedagógicas en seis áreas curriculares: Matemática, Comunicación, Inglés, Educación para el Trabajo, Ciencia Tecnología y Ambiente y Formación Ciudadana y Cívica. Asimismo, planteó tres componentes: pedagógico, de gestión y de soporte; los cuales dieron prioridad al acompañamiento al estudiante mediante una atención tutorial integral y reforzamiento pedagógico, proveyó

y capacitó al docente con nuevas herramientas pedagógicas centradas en el estudiante, mejoró la calidad de la enseñanza priorizando el inglés, la comunicación, la matemática, la educación para el trabajo y propuso el acondicionamiento de recursos tecnológicos. Además, contempló la contratación de personal académico, administrativo y de apoyo; así como el mejoramiento en el mobiliario e infraestructura.

La aplicación de la JEC supuso cambios en la dinámica familiar de los estudiantes, así como en la gestión de los colegios, por lo que resultaba necesario contar con una estrategia comunicacional para promover actitudes favorables hacia la implementación del modelo educativo.

En ese contexto, a mediados del 2014 se elaboró un estudio diagnóstico y se diseñó una estrategia de comunicación que se aplicó durante el 2015 y se continuó hasta agosto del 2016.

Año 2014 (octubre – diciembre)

En este periodo se desarrolló un plan de trabajo con actividades que permitieron contar con insumos y condiciones básicas para el diseño de la estrategia comunicacional y su despliegue previsto para el 2015. A continuación, se detallan las actividades realizadas:

Estudio diagnóstico para conocer las percepciones de la comunidad educativa en torno al modelo JEC: La aplicación del nuevo modelo de servicio generó cambios en las actividades diarias de los adolescentes, padres de familia, docentes y directores; por lo que resultaba necesario conocer las percepciones iniciales de dichos actores sobre el

modelo JEC, a fin de establecer acciones de comunicación basadas en cierto nivel de conocimiento de su público objetivo.

La investigación cualitativa se realizó en cinco regiones: Lima Metropolitana, Arequipa, Cusco, Piura y San Martín mediante entrevistas en profundidad y grupos focales a estudiantes, padres y madres de familia, docentes y directores.

El estudio realizado para el Ministerio de Educación del Perú (Minedu, 2014) concluyó:

- Para los padres y madres de familia, esta propuesta reforzaría los aprendizajes de sus hijos en áreas que consideran importantes y les daría mayores oportunidades para enfrentarse al mundo académico y laboral. Además, consideraron conveniente el horario, pues este ayudaría a reducir las posibilidades de pandillaje, sin embargo, presentaron dudas sobre el desorden económico y saludable que este podría generar en la alimentación de sus hijos.
- Para los estudiantes de secundaria los beneficios eran similares, consideraron de gran utilidad las herramientas y conocimientos que recibirían para acceder a la educación superior y a la vida productiva; sin embargo, les preocupaba descuidar sus labores en casa y no tener tiempo suficiente para hacer sus tareas escolares.
- Los docentes y directores reconocieron la importancia de mejorar los aprendizajes de sus estudiantes en las áreas curriculares priorizadas, la dotación de recursos, equipamiento y las oportunidades de capacitación que el modelo ofrecía. Para este grupo, la alimentación de los estudiantes y la remuneración respecto a la asignación de horas eran sus principales preocupaciones.

Creación de concepto creativo: Se identificó y validó un concepto para el nuevo modelo educativo. El concepto creativo giró en torno a los principales atributos de la oferta del modelo, y fue el siguiente: La Jornada Escolar Completa es más horas, mejor calidad y mayores oportunidades; el cual se convirtió en el eslogan de campaña.

El mensaje clave, a partir del concepto, fue el siguiente: “Jornada Escolar Completa en Secundaria: más horas, mejor calidad y mayores oportunidades para los adolescentes peruanos”. Asimismo, se diseñó un logotipo, el cual se aplicó en diferentes materiales de difusión luego de haber sido validado con grupos de estudiantes y docentes de educación Secundaria de Lima Metropolitana.

Los bocetos del logotipo y la versión final validada se pueden visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2014”.

Materiales promocionales: Se diseñó e imprimió una gigantografía para las mil escuelas seleccionadas que implementarían la JEC en el 2015, con el logotipo y eslogan del modelo educativo. De esta forma, se brindaría un elemento identificador al colegio.

Se elaboró un kit básico para los coordinadores regionales de la JEC consistente en un banner roll screen portátil (con logo y slogan de la campaña) y un paquete de trípticos informativos (descripción amigable del modelo educativo) que se utilizaron durante las reuniones, visitas o talleres en las direcciones regionales de educación, unidades de gestión educativa local e instituciones educativas. De esta forma se reforzaba el concepto de la campaña.

Se elaboró un video básico en motion graphic para describir las principales características del modelo JEC. Este material era una herramienta audiovisual para los coordinadores regionales de la JEC en sus talleres o reuniones con directores de las instituciones educativas, con docentes, con especialistas de las Direcciones Regionales de Educación (DRE) y de las Unidades de Gestión Educativa Local (UGEL).

Estos materiales pueden ser visualizados en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2014”

Vocería y gestión de prensa: En coordinación con la Oficina General de Comunicaciones (OGC) del Minedu, se anunció la aplicación de la JEC en los medios de comunicación a través de la emisión de notas de prensa y entrevistas con funcionarios del sector. En el periodo de octubre a diciembre del 2014, se generó una nota de prensa y se coordinó tres entrevistas a medios de comunicación teniendo como vocero al director de Educación Secundaria, Isy Faingold Vigil. Asimismo, se proporcionó ideas fuerza sobre la JEC para las intervenciones del ministro de Educación y del viceministro de Gestión Pedagógica en la prensa.

La evidencia de la gestión de prensa se puede visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, ver “Enlaces a notas de prensa, impacto en medios de comunicación y entrevistas sobre la JEC durante el 2014”

Sección web JEC: Ante la expectativa de la comunidad educativa por saber cómo se implementaría la JEC o qué instituciones educativas formaban parte del nuevo modelo

de servicio, se gestionó con la OGC del Minedu, la asignación de una sección sobre la JEC en el portal web institucional.

Dicha sección contenía las normas técnicas, los listados de colegios y materiales de difusión para que sean visualizados o descargados por los usuarios.

Actualmente, no se puede acceder a la sección web sobre la JEC en el portal web del Minedu, ya que desde el 2018 aproximadamente, por disposición de la Presidencia del Consejo de Ministros, las entidades del Estado comenzaron a migrar su información al portal del Estado Peruano Gob.pe; el cual estandarizaba las páginas web institucionales a un solo formato visual.

Relacionamiento con organización del sector privado: En apoyo al área pedagógica de la DES responsable de Educación para el Trabajo, se organizó una presentación del modelo de servicio JEC dirigida a empresarios. El evento se desarrolló conjuntamente con la organización “Empresarios x la Educación” y tuvo como objetivo iniciar una red de alianzas con empresas y empleadores para que brinden capacitación técnica a escolares y se realicen visitas vocacionales en beneficio de los adolescentes.

Año 2015 (enero – diciembre)

Los resultados del estudio diagnóstico y los requerimientos de los funcionarios de la DES y Alta Dirección del Minedu, fueron algunos aspectos que definieron la estrategia de comunicación para la JEC, la cual se basó en la promoción y difusión.

A tratarse de una nueva oferta educativa se consideró que una estrategia de promoción y difusión sería pertinente durante el primer año de ejecución de la JEC, por lo que se buscó dar a conocer las características del modelo entre la comunidad educativa, generar participación y lograr una posición favorable.

Se detallan las principales acciones desarrolladas:

Prevención de riesgos comunicacionales: Ante la identificación de temas que concitaban preocupación en la comunidad educativa como la alimentación de los estudiantes, el pago de las horas adicionales a los docentes, y otros cambios al interior de los colegios que tendrían JEC; se consideró necesario prevenir situaciones de riesgo comunicacional en la implementación del modelo educativo. En ese sentido, se realizó lo siguiente:

- a. Elaboración de una matriz de riesgos, la cual contenía los temas, posibles escenarios problemáticos, la probabilidad de ocurrencia y las acciones específicas a ejecutar.

Esta matriz se puede visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, ver el link de acceso “Matriz de riesgos JEC”.

- b. Unificación del discurso ante la prensa, que consistió en la elaboración de mensajes clave y una lista de posibles preguntas y respuestas tipo. Para ello, se contrató un servicio de apoyo comunicacional, el cual permitió consolidar información y generar los citados productos.

Los mensajes clave y lista de preguntas y respuestas tipo se puede visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, ver los links de acceso “Mensajes clave JEC” y “Lista de preguntas y respuestas para acciones de vocería”.

- c. Entrenamiento a voceros (media training), donde participaron el director de Educación Secundaria, la coordinadora general de la JEC, un grupo de especialistas de la DES encargados de la implementación del modelo educativo, coordinadores y subcoordinadores regionales de la JEC. Para ello, se contrató un servicio de asistencia comunicacional en media training.
- d. Lineamientos para el contacto con medios periodísticos, que se proporcionó al director de Educación Secundaria y al personal especialista de la DES seleccionado como vocero para los temas de la JEC que, previamente, recibieron media training.

Estos lineamientos se pueden visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, ver el link de acceso “Lineamientos para el contacto con la prensa”
- e. Monitoreo de noticias y envío de alertas al personal de la JEC y al equipo de comunicaciones de la DES.

Vocería y gestión de prensa: Con el desarrollo de un taller de media training se estableció un listado de voceros que brindarían entrevistas a los medios de comunicación de Lima y regiones. Para la capital, se seleccionó al director de Educación Secundaria, mientras que, en el caso de regiones, se optó por aquellos coordinadores y subcoordinadores con mejores habilidades para realizar declaraciones a la prensa.

En ese sentido, se consideró clave salir en medios de comunicación antes del inicio del año escolar (marzo de 2015) y luego periódicamente. Se diseñó una infografía sobre la implementación de la JEC, con datos de interés para los medios de comunicación y la comunidad educativa.

Como la JEC se implementaba de forma progresiva, se consideró necesario mantener informada a la comunidad educativa sobre los avances y así continuar con el enfoque de transparencia y servicio al ciudadano. Por ello, se desplegó un equipo de comunicadores a las ciudades con mayor número de instituciones educativas JEC, a fin de que gestionen la presencia de coordinadores o subcoordinadores JEC en los distintos medios de comunicación locales.

Asimismo, se elaboraron notas de prensa para su difusión en la prensa y se coordinaba de manera constante con la Alta Dirección del Minedu para que mencionen a la JEC y sus principales características en sus apariciones en la prensa.

La evidencia de notas de prensa, entrevistas a funcionarios del Minedu y clipping de gestiones de prensa en regiones se puede visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2015”.

Presencia en redes sociales: En coordinación con la OGC del Minedu que gestionaba las cuentas oficiales del ministerio en las redes sociales; se planteó un cronograma de publicaciones, el cual no fue ejecutado en su totalidad ya que el sector tenía muchos temas en paralelo para comunicar, no obstante, se priorizó los momentos clave como los meses previos al inicio de clases.

Se puede visualizar un post en Facebook en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2015”

Standings lúdicos: Con el objetivo de mantener el contacto interpersonal con la comunidad educativa de una manera lúdica, se presentó el modelo JEC en los festivales juveniles “Con Secundaria Completa ¡sí la haces!” que organizó la DES en las capitales de regiones con elevado porcentaje de deserción escolar en Secundaria (Pucallpa, Moyobamba, Piura, Puno y Cusco).

La presencia de la JEC en estos festivales se daba a través de un stand lúdico – informativo donde el coordinador y subcoordinador regional realizaban juegos dirigidos a estudiantes y docentes, se entregaban materiales promocionales y se informaba sobre las principales características de este modelo educativo. Una de las dinámicas, por ejemplo, era el “Karaoke JEC” que invitaba a los jóvenes a cantar en inglés. Además, se aprovechaba este espacio para recibir los comentarios y sugerencias de los estudiantes sobre la ejecución del servicio en su colegio.

Se muestra una evidencia de un stand en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2015”

Activación interna “Café JEC”: Con el objetivo de que los servidores de la sede central del Minedu, se interesen en conocer un poco más sobre la JEC, se realizó una activación que consistió en invitar una taza con café al personal que iba llegando al trabajo.

Se observó que el personal, luego de marcar su hora de ingreso, solía comprar café en las máquinas expendedoras del ministerio o en los puestos ambulantes ubicados en los exteriores del local. Por ello, se optó por brindar una taza de loza con el logotipo y eslogan de la JEC, a cada servidor y se les sirvió café, además de recordarles que se trataba de un

modelo de servicio para Secundaria y que visiten la sección de la JEC en el portal web del Minedu.

Actualización del logotipo y materiales comunicacionales: El logotipo de la JEC pasó por un proceso de actualización visual en el marco del primer aniversario de creación del modelo de servicio. Se optó por suavizar los trazos y cambiar la paleta de colores. En ese sentido, se reformuló la información en diferentes materiales comunicacionales como el tríptico, banner roll screen, entre otros. Asimismo, la sección web de la JEC en el portal institucional del Minedu también fue modificado alineando los banners y fotografías a la nueva gráfica.

Se puede visualizar el cambio de logotipo y la actualización gráfica en distintas piezas de comunicación en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2015” – Actualización de logotipo y materiales comunicacionales.

Material audiovisual: Conforme se implementaba la JEC, se consideró producir videos para contar cómo se vivía este modelo en las escuelas seleccionadas, dándoles mayor participación a los estudiantes en la narrativa audiovisual.

Se realizaron dos videos de casos sobre la implementación de la JEC, de forma que se visualizó cómo se vivía el modelo educativo en las escuelas seleccionadas.

Ambos materiales tenían dos minutos de duración cada uno y fueron utilizados como un soporte para los coordinadores y sub coordinadores regionales, al momento de realizar sus reuniones con los distintos actores de la comunidad educativa y la sociedad civil.

Para visualizar los videos producidos se puede acceder a los links de enlace en el punto 2.5. Materiales producidos - Materiales producidos en el 2015 – Videos JEC 2015.

Año 2016 (enero – agosto)

Para el segundo año de implementación de la JEC, se optó por continuar con una estrategia de promoción y difusión, pero se incidiría en fortalecer una comunicación más participativa y de interacción con los docentes y directores de escuelas, y las autoridades regionales o locales.

Se detallan las acciones realizadas entre enero y agosto del 2016, mes en el culminó mi vínculo laboral con el Minedu:

Socialización de resultados de estudio de percepciones: Tras el primer año de implementación de la JEC, la DES dio a conocer los resultados de un estudio sobre las percepciones de los estudiantes y padres de familia respecto a la Jornada Escolar Completa, el cual había sido efectuado entre noviembre y diciembre del 2015.

El estudio fue desarrollado por la empresa Ipsos Perú en 365 escuelas JEC, la cual fue contratada por el Minedu. Los resultados fueron compartidos a través de una conferencia de prensa en la sede del Minedu con la vocería del ministro de Educación y del presidente ejecutivo del Ipsos Perú, se publicaron post en las redes sociales institucionales y se brindó un díptico con información amigable sobre la implementación de la JEC y los principales resultados del estudio para que sea compartido y explicado por los

coordinadores y subcoordinadores regionales JEC en reuniones con la comunidad educativa de las instituciones educativas.

El díptico se puede visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2016” – Díptico implementación y percepciones JEC.

Gestión de redes sociales: La cuenta oficial del Minedu en Facebook registraba gran cantidad de seguidores; además, era un espacio a través del cual docentes, padres y madres de familia solicitaban información, brindaban su opinión o alertaban algunos inconvenientes en torno a la JEC, que iba por su segundo año de implementación.

Bajo este contexto, se coordinó con la OGC remitir los casos de presuntos problemas que referían los usuarios, de forma que se alertaba a los coordinadores y subcoordinadores regionales JEC para que confirmen y reporten a la coordinación general de forma que se tomaran las medidas correspondientes.

Asimismo, se elaboró contenidos con información general y positiva acerca del avance progresivo del modelo de servicio.

En el punto 2.5. Materiales producidos - “Materiales producidos en el 2016” se puede acceder a algunos links de publicaciones en Facebook.

Seminario internacional sobre la JEC: En el segundo año de ejecución del modelo, se consideró necesario realizar un evento académico para visibilizar la JEC en un mes clave

para la educación peruana, compartir saberes y escuchar a los docentes que vivenciaban y hacían posible el desarrollo de este modelo educativo.

El evento se denominó “1er Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016: Experiencias, impacto y desafíos de la Jornada Escolar Completa”.

El objetivo general del seminario fue generar un espacio de reflexión e intercambio de experiencias, saberes e impacto de la Jornada Escolar Completa y construir propuestas para la continuidad y sostenibilidad de este innovador modelo educativo que apuesta por mejorar los aprendizajes de los adolescentes peruanos.

El evento académico se desarrolló los días 7 y 8 de julio en la ciudad de Lima, mes en el que se celebra el Día del Maestro (6 de julio) en nuestro país.

Se contó con el apoyo de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – Representación en Perú (Unesco Perú) y el Fondo para la Infancia de las Naciones Unidas en Perú (Unicef Perú).

Se eligieron expositores de Perú, México, Uruguay, Chile, Colombia y Paraguay; países donde se venía ejecutando la JEC en la educación secundaria. Además, se contó con panelistas nacionales y se programó mesas de trabajo para identificar oportunidades de mejora en el servicio educativo que fortalezcan los aprendizajes de los adolescentes peruanos.

El seminario tuvo gran acogida entre los docentes de Secundaria de las escuelas JEC, ya que las inscripciones tuvieron que cerrarse a los pocos días de haberse anunciado en las redes sociales.

Desde el ámbito de las Comunicaciones, se buscó que el seminario se desarrolle con éxito y registre una difusión adecuada. Por ello, se ejecutaron las siguientes actividades:

- a. Producción del evento: Se elaboró los términos de referencia para un servicio de producción del evento que permitiera encargar a una empresa todo el aspecto logístico del seminario, como alquiler del local, la alimentación de los asistentes, el traslado de los expositores y panelistas, el registro fotográfico del evento, los shows de apertura y cierre, la seguridad y orden en el evento, el registro de participantes en el local; la entrega de credenciales, materiales y diplomas de participación; el estacionamiento para las autoridades e invitados, los equipos de sonido, luces y streaming, entre otros. Este servicio supuso la ejecución de un concurso público.
- b. Diseño de una línea gráfica: Tomando como base el logotipo de la JEC, se creó una línea gráfica para el seminario que consideró la misma paleta de colores y tipografía, la cual se aplicó en diferentes piezas como un video promocional, sitio web, banners, stands, post para redes sociales, credenciales y programas impresos.
- c. Sesiones fotográficas: Se realizaron sesiones fotográficas en instituciones educativas con JEC en Lima, a fin de contar con imágenes para los diferentes materiales de difusión (sitio web, programa virtual, redes sociales, etc.) y actualizar el banco de imágenes.

- d. Creación de espacio en el portal web del Minedu: Con el objetivo de que los interesados en el seminario pudieran inscribirse y acceder a mayores detalles del evento, se coordinó con la OGC del Minedu la creación de un espacio específico sobre el seminario dentro del portal web del ministerio.

Este sitio presentaba un formulario de inscripción, la metodología, el programa, las fotografías y reseñas de cada expositor, así como el video promocional y un brochure virtual del seminario.

En ese mismo espacio se dispuso de un repositorio con una galería fotográfica del evento, las presentaciones de los expositores, videos de las exposiciones y de los paneles, así como el resumen del seminario. Actualmente no se puede acceder al sitio web.

- e. Elaboración de video promocional: Se realizó un video en estilo motion graphics que promocionó el seminario a través de las redes sociales del Minedu y se envió a través del WhatsApp a los coordinadores y subcoordinadores regionales de la JEC para que a su vez lo compartan con la comunidad educativa de sus ámbitos.
- f. Difusión en redes sociales: Se coordinó la difusión del seminario en las redes sociales oficiales del Minedu Facebook, Twitter (actualmente X) y YouTube. Para invitar a la comunidad educativa a participar en el evento, se lanzó el video promocional en Facebook. Posteriormente, se publicaron post con información sobre las exposiciones.

Los días del seminario se realizaron transmisiones en vivo por streaming para que la comunidad educativa pueda acceder al evento académico de manera virtual.

- g. **Gestión de prensa:** Al tratarse de un evento académico con expositores internacionales, presencia de especialistas y docentes de todas las regiones del país y que se presentaría los resultados de una primera evaluación de JEC, se decidió contratar un servicio de apoyo en la coordinación con los medios de comunicación para la difusión previa al evento, la cobertura y post evento, que contempló la divulgación de notas de prensa y entrevistas al director de Educación Secundaria principalmente.

Los materiales elaborados para el seminario, pueden ser visualizados en el punto 2.5. Materiales producidos - “Materiales producidos en el 2016” – Seminario internacional JEC.

Gestión de prensa: Para el 2016 se redujo la presencia de los voceros de la JEC en medios de comunicación ya que se priorizaron las intervenciones más participativas con docentes, directores y autoridades regionales y locales. No obstante, se gestionó la vocería en momentos clave, como el inicio del año escolar.

El clipping de gestiones de prensa de enero a agosto del 2016 se puede visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2016” – Clipping de prensa 2016

Roadshows para el pacto por la JEC: En el segundo año de ejecución de este modelo educativo, se organizó una serie de presentaciones dirigidas a las autoridades regionales y locales para darles a conocer los avances en la implementación de la JEC y de qué

manera podrían contribuir en su fortalecimiento. Desde la asistencia comunicacional se diseñó el acto público de compromiso de la autoridad regional o local que se denominó “Pacto por la JEC” y se procuró la cobertura en los medios periodísticos en las zonas. Esta serie de presentaciones se inició en junio de 2016 y se estima que culminó a finales de ese año.

Los materiales gráficos que acompañaron las acciones estuvieron alineados a la identidad gráfica actualizada de la JEC (banderolas, banners roll screen, documento simbólico).

Los materiales elaborados para los road shows se pueden visualizar en el punto 2.5. Materiales producidos, en los links de enlace “Materiales producidos en el 2016” – Piezas para los road shows.

2.3. Lecciones aprendidas

El desarrollo de la estrategia comunicacional para el nuevo modelo de servicio educativo Jornada Escolar Completa supuso un reto profesional por el impacto que tendría este modelo en la vida de cientos de familias peruanas.

Fase de formulación o diseño

Una de las fortalezas en el diseño del plan de comunicaciones de la JEC fue el apoyo del director de Educación Secundaria y del personal administrativo en virtud a la voluntad política del Gobierno para sacar adelante el modelo de servicio. Ello se tradujo en la asignación de recursos.

Otra fortaleza fue el desarrollo de un estudio diagnóstico para conocer las percepciones de la comunidad educativa en torno al modelo JEC, ya que permitió identificar los temas de preocupación para los padres y madres de familia, aquellos que podrían resultar adversos a nivel mediático y las expectativas que tenían los diferentes integrantes de la comunidad educativa. De esta forma, se conceptualizó una estrategia comunicacional con un enfoque de transparencia en las distintas acciones que posteriormente se llevaron a cabo.

Cabe precisar que la Alta Dirección del Minedu y el director de Educación Secundaria consideraban que la estrategia de comunicación para la JEC debía contemplar un concepto aspiracional o emotivo, similar a un producto publicitario. Con los resultados del estudio diagnóstico y la experiencia profesional en el sector educación, se argumentó la necesidad de que la estrategia debía tener un enfoque de transparencia hacia la comunidad educativa para contribuir, desde la gestión comunicacional, a que el nuevo modelo educativo fuera aceptado por los estudiantes, docentes y padres y madres de familia. Muestra inicial de esta decisión fue que el logotipo y el concepto tuvieron un diseño que reflejaba características como el incremento de horas (logo con forma de reloj marcando las 3:30 p. m. del horario de salida) y mejora en la calidad del servicio (sistema blended para el curso de inglés, incremento de horas en áreas clave como Matemática, Comunicación, Inglés y Educación para el Trabajo).

Un aspecto poco favorable, no obstante, fue las limitaciones para lograr adquisiciones de mediana o gran escala en plazos breves, pues las normativas de Estado para la contratación de compra de bienes o servicios señalaban una serie de plazos que superaban los dos meses para que se emita un contrato u orden de compra o de servicio, tiempo que

no contemplaba el periodo de ejecución de producción de los bienes o del desarrollo del servicio en sí.

Fase de implementación

La transparencia, así como el abordaje desde las necesidades y puntos de vista del público objetivo (directores, docentes, estudiantes y padres y madres de familia) identificados en el estudio diagnóstico, permitieron desarrollar la estrategia comunicacional orientada al ciudadano, lo cual se tradujo en la aceptación de la JEC como un servicio positivo, según un estudio de percepciones realizado para el Ministerio de Educación del Perú (Minedu, 2015), el cual indicó que más del 80% del público se expresó a favor de este modelo educativo.

La JEC, al ser una intervención a cargo de una institución pública, estaba en constante escrutinio, motivo por el cual toda comunicación hacia el público objetivo debía respaldarse en hechos verificables por la ciudadanía, tales como el incremento de horas pedagógicas (resoluciones ministeriales), dotación del sistema blended para el curso de Inglés, contratación de personal administrativo para el apoyo en la gestión del director de colegio, dotación de equipamiento informático para el área de Educación para el Trabajo, cursos de capacitación para los docentes, entre otros.

Otra fortaleza en la implementación de la estrategia de comunicación fue el conocimiento y experiencia profesional en prensa, campañas y aspectos administrativos (elaboración de términos de referencia para contrataciones), que permitieron trabajar según las normativas, en plazos razonables y con impacto en la comunidad educativa.

El compromiso por parte del director de Educación Secundaria y de los especialistas encargados de liderar el modelo JEC, permitieron brindar mensajes clave e información relevante a la comunidad educativa a través de la presencia constante en la prensa de alcance nacional y en espacios periodísticos regionales.

Si bien la estrategia comunicacional se desarrolló con resultados favorables, algunas de sus acciones se podrían haber ejecutado con mayor rapidez en las producciones e intervenciones si la Dirección de Educación Secundaria hubiera contado con más profesionales en comunicación para los temas digitales, narrativa audiovisual y creatividad.

La carga laboral en la gestión de comunicaciones en una institución pública supone, a su vez, que la especialista conozca y maneje aspectos administrativos y normativos como dar respuesta a expedientes que llegan de otras entidades públicas y de organizaciones de la sociedad civil; elaborar términos de referencia y especificaciones técnicas para contrataciones de servicios o adquisiciones; generar constantes reportes o llenar matrices sobre los planes operativos institucionales y otros relacionados a la ejecución presupuestal; elaborar informes y otros documentos. Todo ello incidió en la envergadura que pudieron haber tenido las estrategias de comunicación para la JEC.

Fase de evaluación

Una de las grandes debilidades en las intervenciones comunicacionales del sector público es la de evaluar su efectividad o impacto a través de estudios cuantitativos y cualitativos. En este caso, no se consideró la asignación de recursos para realizar un estudio exclusivo

sobre el impacto o la efectividad de las acciones de comunicación en la comunidad educativa de la JEC.

No obstante, en las evaluaciones generales sobre la JEC entre docentes, estudiantes y padres y madres de familia de los colegios donde se desarrollaba este modelo educativo, se observó que la mayoría de ellos presentaron una postura favorable hacia la implementación de este nuevo modelo de servicio en Secundaria.

2.4. Resultados obtenidos

Sobre el impacto de la estrategia comunicacional

La inversión en estudios que permitan evaluar la comunicación gestionada desde una entidad pública, no suele ser aprobada ya que los funcionarios optan por autorizar recursos para bienes y servicios vinculados al desarrollo de las funciones de sus despachos.

No obstante, de los estudios de percepciones sobre la implementación de la JEC y reportes de monitoreo, se identifica que la gestión de comunicaciones impactó favorablemente en la percepción de los integrantes de la comunidad educativa sobre este modelo educativo.

Estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia JEC 2015

El estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia sobre la JEC (Minedu, 2015) reportó lo siguiente:

- El 85 % de estudiantes consideró como buena o muy buena la JEC.

- El 94 % de estudiantes manifestó que las clases de inglés son las que más han mejorado.
- El 75 % de padres y madres de familia consideró como buena o muy buena la JEC.
- El 75 % de padres y madres de familia evaluaron positivamente la ampliación del horario y el uso de computadoras en las clases.
- El 96 % de padres y madres de familia percibieron que lo que más ha mejorado fue el uso de tecnología en el colegio.

Asimismo, concluyó que en ambos públicos (estudiantes y padres y madres de familia), el atributo que mayor impacto tuvo sobre la evaluación general de la JEC ha sido la cantidad de horas a la semana. Indicó, además, que los estudiantes evaluaron mejor a la JEC que los padres de familia, sin embargo, la percepción de mejora en comparación al modelo anterior (jornada escolar regular), es mayor entre los padres y madres de familia.

Para ver los resultados de esta investigación, revisar el Anexo N. ° 2 “Jornada Escolar Completa. Estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia”

Reporte de Monitoreo Semestral JEC 2015 – primer y segundo semestre

El reporte de monitoreo semestral realizado por el Ministerio de Educación del Perú (Minedu, 2015) registró las siguientes conclusiones:

- Los directores consideraron que los atributos que mejor describían a la JEC eran el modelo educativo centrado en el estudiante (62 %), el acceso a más tecnología (58 %) y más horas de aprendizaje (52 %).
- El 96 % de directores aprobaron y aprobaron totalmente el modelo JEC.

- El 81 % de coordinadores pedagógicos manifestó que prefería seguir trabajando en una institución educativa con JEC.
- Los coordinadores pedagógicos consideraron que los atributos que mejor describían a la JEC eran el modelo educativo centrado en el estudiante (67 %), el acceso a más tecnología (48 %) y la capacitación frecuente (52 %).
- El 92 % de coordinadores pedagógicos aprobaron y aprobaron totalmente el modelo JEC.

El archivo con los resultados completos de este reporte se puede visualizar en el link de descarga del Anexo N° 3 “Bases sistematizadas del Reporte de Monitoreo Semestral JEC 2015 – primer y segundo semestre, y levantamiento de información para el Estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia JEC – Noviembre y diciembre 2015”

Reporte sistematizado por el Área de Monitoreo y Evaluación de la DES a partir del levantamiento de información para el estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia JEC – Noviembre y diciembre 2015

El reporte sistematizado por el Área de Monitoreo y Evaluación de la Dirección de Educación Secundaria elaborado por el Ministerio de Educación (Minedu, 2015) registró lo siguiente:

- Los estudiantes consideraron que los atributos que mejor describían a la JEC eran: mejor nivel educativo (57 %), más horas de aprendizaje (51 %) y acceso a más tecnología (43 %).
- Los padres de familia consideraron que los atributos que mejor describían a la JEC eran: mejor nivel educativo (46 %), más horas de aprendizaje (41 %) y mayor compromiso del Minedu para mejorar la educación (33 %).

El archivo con los resultados completos de este reporte se puede visualizar en el link de descarga del Anexo N° 3 “Bases sistematizadas del Reporte de Monitoreo Semestral JEC 2015 – primer y segundo semestre, y levantamiento de información para el Estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia JEC – Noviembre y diciembre 2015”.

Monitoreo Trimestral JEC Ronda 1 – 2016

El monitoreo trimestral JEC realizado por el Ministerio de Educación del Perú (Minedu, 2016) reportó lo siguiente:

- El 96 % de los directores de las escuelas con JEC, aprobaron o aprobaron totalmente este modelo educativo.
- El 81 % de los directores de los colegios JEC 2015 consideró que el inicio de año escolar 2016 se realizó de manera más eficiente en comparación al 2015.
- El 86 % de los directores de los colegios JEC 2016 manifestó estar entusiasmado o muy entusiasmado por su incorporación al modelo.

El informe final del monitoreo trimestral JEC Ronda 1 - 2016 se puede visualizar en el Anexo N° 4 “Monitoreo Trimestral JEC Ronda 1 – 2016”

Sobre las acciones de prensa

En el 2014, posterior a la oficialización del modelo JEC (30 de setiembre), se alcanzaron 43 impactos en medios impresos y digitales de cobertura nacional y regionales.

En el 2015, entre enero y diciembre, se alcanzaron 48 impactos en medios impresos y digitales de cobertura nacional y regionales, producto de la emisión de notas de prensa y vocería desde Lima.

Asimismo, entre mayo y junio se alcanzaron 93 impactos en medios de comunicación de Arequipa, Cusco, Puno, Ayacucho, Ica, Junín, Huancavelica, Piura, La Libertad, San Martín y Lima Provincias; registrando una valorización de S/ 207,281.76 en la publicación o emisión de las notas o entrevistas.

En el 2016, en el mes de febrero, se alcanzaron 30 impactos en medios impresos y digitales de cobertura nacional y regionales.

Sobre el 1.º Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016

La inscripción para asistir al seminario culminó a los pocos días de haberse lanzado el video promocional en las redes sociales del Minedu.

El sitio web diseñado para la promoción y repositorio del seminario concitó gran interés por parte de los usuarios, pues según el reporte de Google Analytics, el promedio de tiempo de permanencia en la página fue de cuatro minutos con 33 segundos. Para acceder al reporte, ver el Anexo N.º 5 “Reporte de Google Analytics sobre sitio web del seminario JEC”.

En cuanto a la promoción en redes sociales, se hicieron 4 publicaciones en Facebook. Según un reporte elaborado por la Oficina General de Comunicaciones del Ministerio de Educación (Minedu, 2016), se obtuvo un alcance superior a los 196,000 usuarios. Para

acceder al reporte de, ver el Anexo N. ° 6 “Reporte 1er Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016 en las redes sociales”.

2.5. Materiales producidos

Se presentan links de acceso a los materiales elaborados en el marco del diseño e implementación de la estrategia comunicacional para la Jornada Escolar Completa por cada año del que se tiene registro.

Materiales producidos en el 2014

Bocetos de logotipo JEC:

https://drive.google.com/drive/folders/1MKj11T8aKzYBua0t0cB9zgNmkQDlo1Kv?usp=drive_link

Logotipo final tras validación:

https://drive.google.com/drive/folders/1hy2Es2VnMzTrWSYVG7nnSpT_rtykJ4fe?usp=drive_link

Enlaces a notas de prensa, impacto en medios de comunicación y entrevistas sobre la JEC durante el 2014:

https://docs.google.com/document/d/1ucwKg8JhkxQRZ_VVE0z1xekeyYEiBdSGj/edit?usp=sharing&ouid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true

Clipping de las noticias sobre la JEC durante el 2014:

https://drive.google.com/file/d/1GBfCElCYTeYCfrAbFh5UAzX10BRH2D_/view?usp=drive_link

Materiales producidos en el 2015

Matriz de riesgos JEC:

https://docs.google.com/document/d/1OOIInH8VRhi_rAqcvXJ-wMvqisw97q-X/edit?usp=drive_link&oid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true

Mensajes clave JEC:

<https://docs.google.com/document/d/1DIrosN0T5AuOm8ygFH43kPmd4kZFcjin-/edit?usp=sharing&oid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true>

Lista de preguntas y respuestas para acciones de vocería:

https://docs.google.com/document/d/11C0visofOpIRUtljvkzcP_CwfkI5l66I/edit?usp=sharing&oid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true

Lineamientos para el contacto con la prensa:

https://docs.google.com/document/d/18rB2W23-aBJHbSPGPXaFpiPp96TZBnET/edit?usp=drive_link&oid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true

Infografía sobre la JEC para medios de comunicación:

https://drive.google.com/file/d/1TF_fjqicYu7HEGq0viyGRsLkWNgpIfe/view?usp=sharing

Evidencia de la difusión de la JEC en medios de alcance regional

<https://docs.google.com/document/d/1XdizCuAYV-rAxdYCGXrr6H2b9eFnPrIE/edit?usp=sharing&ouid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true>

Evidencia de notas de prensa, links de rebote de nota de prensa y entrevistas a funcionarios del Minedu sobre la JEC durante el 2015

<https://docs.google.com/document/d/11bo7svlKhONAVjNUs0Bg3Sv0d-7kbQHU/edit?usp=sharing&ouid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true>

Clipping de noticias sobre la JEC en medios de comunicación durante el 2015

https://drive.google.com/file/d/1p15ZhFuWjO5cv6vf5iOsSNEX_x6Z1Oyr/view?usp=sharing

Links de publicación en Facebook:

<https://www.facebook.com/mineduperu/photos/a.380091545387967/1028387880558327/?type=3>

Actualización de logotipo y materiales comunicacionales.

https://drive.google.com/drive/folders/17Nt4dup5vLIPu1tWLA3ZOH_LYerHFyN?usp=sharing

Videos JEC 2015

<https://www.youtube.com/watch?v=u5h8bR13M5E>

<https://www.youtube.com/watch?v=OwUK-58N-cY&t=38s>

Materiales producidos en el 2016

Díptico implementación y percepciones JEC

https://drive.google.com/file/d/1Y4ypRR3rMaAFtnFCb8QlIMN3mqYfuD06/view?usp=drive_link

Links de publicaciones en Facebook

https://www.facebook.com/mineduperu/posts/jec-en-2016-los-colegios-p%C3%BAblicos-con-jornada-escolar-completa-recibir%C3%A1n-a-m%C3%A1s-d/1087126268017821/?locale=fr_FR

<https://www.facebook.com/mineduperu/videos/delegaci%C3%B3n-de-docentes-jec-se-capacitaron-en-corea-del-sur/1158782447518869/>

<https://www.facebook.com/mineduperu/photos/a.380091545387967/1089327241131057/?type=3>

https://www.facebook.com/mineduperu/photos/a.380091545387967/1094359707294477/?type=3&locale=es_LA

Seminario Internacional JEC

<https://drive.google.com/drive/folders/1NQ5BMLbNjgtV-iq21mXQLB73YpbhdWEw?usp=sharing>

Clipping de prensa 2016

https://drive.google.com/file/d/1t_Shp_rgWhbmp7atkAZxNFThQvDiSZ8Q/view?usp=drive_link

Piezas para los Road shows

<https://drive.google.com/drive/folders/1alvAKyZ1C6jsfDAUFRFCJPulrKBlqFCB?usp=sharing>



3. REFLEXIONES PROFESIONALES

3.1. Utilidad de la formación universitaria en mi desarrollo profesional

La formación universitaria me permitió diseñar la estrategia de comunicación para el nuevo modelo de servicio educativo Jornada Escolar Completa, siguiendo fases requeridas para la eficacia de ésta, como el diagnóstico, la validación de materiales, la evaluación y el enfoque de transparencia.

Si bien mi formación en la facultad de Comunicaciones fue de Periodismo, mi mayor experiencia laboral ha sido en la gestión de comunicaciones para instituciones públicas; por lo que realicé estudios en Comunicación Corporativa para complementar mi formación y mejorar mi desempeño posteriormente a mi egreso. No obstante, la educación durante el pre grado con los cursos obligatorios y electivos, me dieron la base para el ejercicio profesional.

La implementación de la Jornada Escolar Completa, un nuevo modelo educativo para educación secundaria, conllevaba la ampliación del horario escolar, por lo que los estudiantes permanecerían más tiempo en la escuela; por ende, las familias tendrían que adecuar su dinámica en el hogar para afrontar los cambios. Como señala Calderón et al. (2008)

El cambio implica o conlleva necesariamente el conflicto, por cuanto que cualquier sociedad o comunidad que necesariamente debe adaptarse a tiempos y circunstancias cambiantes renovándose, vive y afronta los procesos de cambio a través de tensiones, enfrentamientos, desafíos y toda una amplia tipología de antagonismos, que pueden ser abordados desde una óptica cruenta de hostilidad,

o bien desde una perspectiva incruenta de cooperación y de resolución pacífica de conflictos. (Capítulo I, párrafo 4)

Ante un escenario de cambio, contar con un estudio diagnóstico sobre la JEC fue determinante para argumentar el enfoque de transparencia que debía primar en el diseño e implementación de la estrategia comunicacional.

Para este caso, el curso de Análisis Cuantitativo y Cualitativo me permitió tener conciencia sobre la importancia de la investigación, por lo que se requirió la contratación de un servicio sobre las percepciones de los miembros de la comunidad educativa (público objetivo). Lo aprendido sobre el diseño de herramientas, la validación de estas y las consideraciones éticas en el recojo y tratamiento de la información, me permitieron supervisar el buen desarrollo del servicio y tener el criterio necesario para dar la conformidad.

Fijar un objetivo claro y viable a partir del diagnóstico, tomando en cuenta las exigencias de las autoridades educativas y las normativas pedagógicas y administrativas, ha sido cosecha de lo aprendido en los cursos de Fundamentos de la Publicidad, donde se planteaba la necesidad de conocer “el producto o servicio” a ofertar y entender lo que “la empresa” desea lograr. Además, me permitió incidir en recabar información del “público objetivo” al cual me iba a dirigir para comunicar la JEC.

Asimismo, con el curso de Comunicación para las organizaciones, se contempló un eje participativo en el diseño de la estrategia para la JEC y su posterior implementación a

través de las actividades. Un ejemplo de ello fue el recojo de información y la interacción constante con los estudiantes y docentes en la fase de validación del concepto creativo.

Servaes (2000) señala que los medios de comunicación permiten divulgar nuevas posibilidades y prácticas, pero la comunicación interpersonal es la que influye en la fase de tomar decisiones sobre adoptar o rechazar la innovación.

Dicho esto, se partió de una buena investigación diagnóstica para diseñar una estrategia que, si bien consideró en un primer momento un trabajo intenso en la divulgación del modelo JEC, fortaleció posteriormente la participación más activa de la comunidad educativa para identificar oportunidades y necesidades de mejora en el servicio educativo. Un ejemplo de ello fue la generación de espacios para interactuar, escuchar y construir propuestas con los docentes, especialistas, funcionarios y directores de escuelas como el 1.º Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016; o los roadshows que permitieron comprometer a las autoridades regionales y locales, contribuir en la mejora de los ambientes físicos de las instituciones educativas JEC, en la gestión de alimentación para los estudiantes y celeridad en los aspectos administrativos de contratación y pago a los docentes.

Otro aspecto relevante fue mi formación en periodismo, ya que la rigurosidad en el manejo de la información, el uso y cruce de fuentes, así como el sentido de “objetividad” en mi desempeño fueron ejes transversales en las intervenciones comunicacionales dirigidas a la comunidad educativa, pues al laborar en una institución pública, se tiene la premisa de la “rendición de cuentas” al órgano de control interno.

3.2. Impacto de los cambios tecnológicos en mi recorrido profesional

La irrupción del Internet y el acceso a la información por parte de los usuarios han ido cambiando las dinámicas comunicacionales, pues al contar con opciones de interacción permanentes, los públicos ya no son meros receptores de mensajes, sino que responden y generan contenidos que pueden contribuir con los objetivos de la organización o generarles crisis.

En el 2003, cuando egresé de la Facultad de Ciencias de la Comunicación no existían las redes sociales ni los aplicativos móviles como plataformas de comunicación. Al año 2014, estos cambios tecnológicos se convirtieron en oportunidades para llegar a la comunidad educativa y otros públicos.

Para una comunicadora que inició su vida profesional conociendo y desempeñándose en los medios tradicionales (radio, televisión, prensa escrita), el surgimiento de los medios digitales ha supuesto un reto en mi aprendizaje y desempeño, ya que tuve que investigar, adaptarme, relacionarme con colegas más jóvenes que conocían con mayor detalle el manejo de estas nuevas plataformas para fortalecer así la estrategia comunicacional de la Jornada Escolar Completa.

Al año 2024, veo que las nuevas herramientas, producto de las tecnologías de la información y comunicación, se han constituido en espacios de interacción permanente entre las distintas entidades (públicas y privadas), los usuarios y comunidades que cada vez, logran mayor empoderamiento y generan movilizaciones, aprobación o rechazo hacia determinadas prácticas, situaciones, productos, servicios, etc.

3.3. Principales cambios observados como profesional de la comunicación

Uno de los cambios que me ha tocado vivir como profesional de la comunicación ha sido el surgimiento de las redes sociales y aplicativos móviles, lo cual se convirtió en un reto al momento de diseñar una estrategia de comunicación. No obstante, estas nuevas plataformas se convirtieron en oportunidades para alcanzar a los distintos públicos, interactuar con ellos y pensar en nuevas formas de generar mensajes o llamar a la acción.

En lo personal, ha sido un reto adecuarme a los nuevos formatos y estilos que se generan en las redes sociales; pero la formación base del pre grado sumado a toda la experiencia profesional me han dado la competencia para supervisar a community managers y contribuir en el diseño de contenidos.

De otro lado, destaco que estos cambios han generado una necesidad de síntesis en cada forma de comunicación, hecho cada vez más urgente para llegar a los públicos de las organizaciones. Hace poco más de veinte años, Kapuscinski (2002) lo había identificado desde el ámbito periodístico.

Pero en nuestra profesión, en todas las formas en que se manifiesta (prensa, televisión...), la tendencia es abreviar cada vez más los relatos. Si sólo tienes una o dos hojas para escribir, todos los matices se pierden. Tienes que condensarlo todo en una pulsación, en una frase. (p. 55)

Ello se evidencia en la duración de los videos, en la cantidad de caracteres a usar en los copy para las redes sociales, inclusive en las notas de prensa.

3.4. Recomendaciones a los recién egresados de la carrera de Comunicación

En los casi 20 años de experiencia profesional que tengo, me ha tocado trabajar con comunicadores jóvenes, algunos de ellos practicantes profesionales y otros con pocos años en el campo laboral. De esta convivencia y aprendizaje, mis recomendaciones para los recién egresados serían:

- Destinar tiempo suficiente para investigar sobre aquello que van a comunicar; es decir, conocer el producto o servicio, el público, los aliados y la competencia. Ir más allá del brief o de la ayuda memoria, cruzar información buscando fuentes oficiales o fidedignas.
- Mantenerse actualizado en lo académico a través de estudios de postgrado o cursos que fortalezcan el perfil profesional o que lo complementen para así agregar valor a cada proyecto que les toque desarrollar.
- Reforzar las habilidades blandas para que el trabajo en equipo sea mucho más productivo e innovador. He observado que las nuevas generaciones de comunicadores suelen verse más a gusto trabajando en soledad y solicitando siempre versiones resumidas de la información para elaborar sus reportes o productos. Por ello, considero importante valorar el aprendizaje intergeneracional e intercultural que los jóvenes pueden obtener de sus colegas con un poco más de experiencia. Asimismo, fortalecer la capacidad de diálogo con los demás y la empatía permiten un ambiente laboral de aprendizaje constante, búsqueda de soluciones, redes de contactos y soporte profesional en el corto y mediano plazo.

BIBLIOGRAFÍA

Calderón Vásquez, F. (2008, junio) Thinking on Development: Enfoques teóricos y Paradigmas del Desarrollo.
https://www.researchgate.net/publication/339411803_Thinking_on_Development_Enfoques_teoricos_y_Paradigmas_del_Desarrollo

Kapuscinski, R. (2002). Los clínicos no sirven para este oficio. Anagrama.

Ministerio de Educación de la República del Perú. (2014). Resolución Ministerial 451-2014-MINEDU del 30 de setiembre de 2014. Crear el modelo de servicio educativo "Jornada Escolar Completa para las instituciones educativas públicas del nivel de educación secundaria", en el mismo que en calidad de anexo forma parte integrante de la presente resolución.
<https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/168268-451-2014-minedu>

Ministerio de Educación, Dirección de Educación Secundaria (2014). Informe Estudio cualitativo sobre Percepciones y Conocimientos acerca de la Jornada Escolar Completa Orden de Servicio N° 15375-2014, diciembre 2014. Inédito.

Ministerio de Educación, Dirección de Educación Secundaria (2015). Informe final Jornada Escolar Completa Percepciones de estudiantes y padres de familia elaborado por IPSOS, diciembre 2015. Inédito.

Ministerio de Educación, Área de Monitoreo y Evaluación de la Dirección de Educación Secundaria (2015). Reporte de Monitoreo Semestral JEC 2015 – primer y segundo semestre, diciembre 2015. Inédito.

Ministerio de Educación, Área de Monitoreo y Evaluación de la Dirección de Educación Secundaria (2015). Reporte de Levantamiento de información para el Estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia JEC – noviembre y diciembre 2015, diciembre 2015. Inédito.

Ministerio de Educación, Dirección de Educación Secundaria (2016). Monitoreo Trimestral JEC Ronda 1 - 2016, julio 2016. Inédito.

Ministerio de Educación, Oficina General de Comunicaciones (2016). Reporte: I Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016, julio 2016. Inédito.

Servaes Jan (2000). Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. Temas y problemas de comunicación. Volumen 10, 5 – 27.

ANEXO N. ° 1: “Documentos sustentatorios de la hoja de vida”

PANASERVICE S.A.

CONSTANCIA DE TRABAJO

PANASERVICE S.A. con RUC 20219038683, domiciliada en Av. Paseo Parodi No 340 San Isidro, debidamente representada por su Gerente General Sra. Tula Veramendi Solis, identificada con DNI 07961913, certifica que la Srta. Julia Mercedes Bustos Uscuvilca, con DNI 40793035, laboro en nuestra empresa, desempeñándose como Redactora en el área de Prensa de 1160 Radio Noticias, desde el 01 de Julio del 2004 hasta el 13 de Febrero del 2006.

Se expide el presente, para los fines que se estime pertinentes.

Lima, 13 de Febrero de 2006


**Gerente General
Panaservice S.A.**



PERU

Ministerio
de Educación

Secretaría
General

Oficina General de
Administración
Unidad de Personal

"Año de la Integración Nacional y el Reconocimiento de Nuestra Diversidad"
"Década de la Educación Inclusiva"

CONSTANCIA DE TRABAJO

**EL JEFE DE LA UNIDAD DE PERSONAL DE LA SEDE CENTRAL DEL
MINISTERIO DE EDUCACIÓN, QUE SUSCRIBE;**

HACE CONSTAR:

Que, doña **JULIA MERCEDES BUSTOS USCUVILCA** con DNI N° 40793035,
prestó servicios en calidad de contratada, para el Ministerio de Educación, de
acuerdo al siguiente detalle:

DEPENDENCIA	DESDE	HASTA
Dirección Nacional de Educación Secundaria y Superior Tecnológico	15 de febrero del 2006	29 de febrero del 2008
Dirección de Educación Secundaria	03 de marzo del 2008	A la actualidad

Se extiende la presente constancia a solicitud de la interesada mediante
expediente con registro N° 059024-2012, y de conformidad con la información
contenida en los archivos de esta unidad, para los fines que estime conveniente.

San Borja, 10 de abril del 2012




JUAN ENRIQUE MEZA ZULOETA
Jefe de la Unidad de Personal
Ministerio de Educación



CERTIADULTO – Certificado Único Laboral para Personas Adultas

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo CERTIFICA que en la Plataforma de Interoperabilidad del Estado (PIDE) y el Sistema de Planillas Electrónicas se registra la siguiente información:

IDENTIDAD: Validación - RENIEC

Nombres : JULIA MERCEDES
Apellidos : BUSTOS USCUVILCA
Fecha de nacimiento : 18/02/1981
DNI : 40793035
Domicilio :



ANTECEDENTES POLICIALES: Validación - PNP

No registra antecedentes.

ANTECEDENTES JUDICIALES: Validación - INPE

No registra antecedentes.

ANTECEDENTES PENALES: Validación - Poder Judicial

No registra antecedentes.

TRAYECTORIA EDUCATIVA RESPECTO A FORMACIÓN UNIVERSITARIA: Validación - SUNEDU

BACHILLER EN COMUNICACION: Universidad de Lima

TRAYECTORIA EDUCATIVA RESPECTO A EDUCACIÓN SUPERIOR PEDAGÓGICA, TECNOLÓGICA Y ARTÍSTICA: Validación - MINEDU

No se registra información sistematizada para el DNI consultado.

EXPERIENCIA LABORAL: Validación - MTPE

Ruc	Razón Social	Desde	Hasta
20339267821	COMIS.NAC.PARA DESAR.Y VIDA SIN DROGAS	18/11/2020	Actualmente
20339267821	COMIS.NAC.PARA DESAR.Y VIDA SIN DROGAS	12/04/2019	17/11/2020
20131366966	MINISTERIO DEL INTERIOR	01/12/2017	07/11/2018
20392750151	OTROSI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	13/03/2017	30/09/2017
20380795907	PROGRAMA EDUCACION BASICA PARA TODOS	01/07/2015	31/08/2016
20380795907	PROGRAMA EDUCACION BASICA PARA TODOS	01/01/2009	31/05/2015
20380795907	PROGRAMA EDUCACION BASICA PARA TODOS	01/08/2008	El empleador no ha registrado información.



CONSTANCIA DE TRABAJO

Se deja constancia por medio de la presente, que la Señora Julia Mercedes Bustos Uscovilca, ha laborado para OtroSí como Directora de comunicaciones, del 13 de marzo de 2017 al 30 de setiembre de 2017. En este periodo dirigió y ejecutó acciones de prensa, estrategias de comunicación, monitoreo de medios, investigación y elaboración de instrumentos de comunicación.

Se expide la presente, a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.


 **María Pilar Olaya Guerrero**
Gerente General
OtroSí S.A.C.

María Pilar Olaya Guerrero
Gerente General

Lima, 02 de octubre de 2017



PERÚ

Ministerio del Interior

*"AÑO DEL BICENTENARIO DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA
CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"*

CERTIFICADO DE TRABAJO

N° 00103-2024-IN-GRH

El Director General de la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio del Interior, certifica lo siguiente:

Que, la señora **JULIA MERCEDES BUSTOS USCUVILCA** identificada con DNI N° 40793035, ha prestado servicios en el Ministerio del Interior, como:

- **ANALISTA II EN COMUNICACION SOCIAL** en la OFICINA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL del DESPACHO MINISTERIAL, del 01 de diciembre de 2017 al 07 de noviembre de 2018, en mérito al Contrato Administrativo de Servicios N° 426-GRH-2017, bajo el régimen del Decreto Legislativo N° 1057 – CAS.

Se expide el presente, para los fines que corresponda.

San Isidro, 30 de enero de 2024

Documento Firmado Digitalmente

CARLOS RICARDO WONG VELARDE
Director General
Oficina General de Gestión de Recursos Humanos
MINISTERIO DEL INTERIOR

(CWV/vpv)

Firmado digitalmente por:
WONG VELARDE Carlos
Ricardo PAU 20131369568 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 02/02/2024 14:47:08-0500



RUD: 2024-0006353

Plaza 30 de agosto S/N Cópac, San Isidro
Teléfono: 4184030 Anexos: 1707 - Telefax: 475-6770
Página Web: www.mininter.gob.pe



PERÚ

Presidencia del
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo
y Vida Sin Drogas

Unidad de Recursos Humanos

"Decenio de la igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra independencia, y de la conmemoración de las heroicas
batallas de Junín y Ayacucho"

CONSTANCIA DE TRABAJO

N° 72-2024-DV-OGA-URH

El Ejecutivo (a) de la unidad de Recursos Humanos (e) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas - DEVIDA suscribe y certifica que:

Doña, **JULIA MERCEDES BUSTOS USCUVILCA DE VELIZ**, identificada con D.N.I. N° **40793035**, labora en la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas - DEVIDA, bajo el Régimen Especial de Contratación Administrativa de Servicios, Regulado por el Decreto Legislativo N° 1057, conforme al siguiente detalle según el siguiente detalle:

Cargo	Unidad Orgánica	Periodo	Documento de Sustento
Analista en Comunicaciones	Área de Comunicaciones ahora Unidad Funcional de Comunicaciones	Del 12/04/2019 hasta la fecha	Contrato Administrativo de Servicios N° 049-2019-DV



Se extiende el presente, para los fines que estime pertinente.

Miraflores, 11 de junio del 2024


FANNY MELISSA LINARES COLLANTES
Ejecutivo (a) de la Unidad de Recursos Humanos (e)
Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas

Ref.: Correo Institucional del 11/06/2024.

Atte. DGS 2024/06/11

Sede Central Av. José
Ramírez Gastón N° 151
Miraflores, Lima 18, Perú
Teléfono: (511) 207-4800 - Anexo 1301



ANEXO N.º 2: “Jornada Escolar Completa. Estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia”

Link de descarga del documento completo:

https://drive.google.com/file/d/1itf0GeYkQIK18acxdseXVxpoaoRLxWQ3/view?usp=drive_link



Ipsos Public Affairs		
Ficha Técnica		
	ESTUDIANTES	PADRES DE FAMILIA
OBJETIVO	Conocer las percepciones de estudiantes y padres de familia respecto a la Jornada Escolar Completa	
TÉCNICA	Encuesta cara a cara en IE, con tablets	Encuestas autoaplicadas
MUESTRA	3269 estudiantes de secundaria de 365 IIEE JEC	2843 padres de familia de estudiantes de educación secundaria de 365 IIRR JEC
MARGEN DE ERROR	+/- 1.71 con un intervalo de confianza de 95%	+/- 1.83 con un intervalo de confianza de 95%
NIVEL DE INFERENCIA	Ámbito (urbano y rural), estrato (Costa, Sierra, Selva y Lima Metropolitana) y grado (1ro a 5to de secundaria)	
PONDERACIÓN	Los datos se ponderaron por estrato de acuerdo a la distribución real del universo alcanzada por el MINEDU y especificada en el Plan de Trabajo del estudio	
FECHAS DE CAMPO	09 de noviembre al 10 de diciembre, 2015	
2	© 2015 Ipsos.	GAME CHANGERS Ipsos

Distribución real de la muestra

		ESTUDIANTES		PADRES DE FAMILIA	
		Absoluto	%	Absoluto	%
ÁMBITO	Urbano	3,092	95%	2,677	94%
	Rural	177	5%	166	6%
ESTRATO	Costa	773	24%	693	24%
	Sierra	1,332	41%	1,148	40%
	Selva	615	19%	557	20%
	Lima Metropolitana	549	17%	445	16%
GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA	1ro	723	22%	617	22%
	2do	709	22%	609	22%
	3ro	657	20%	575	20%
	4to	616	19%	532	19%
	5to	564	17%	487	17%

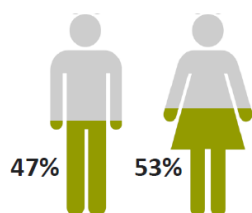
3 © 2015 Ipsos.

GAME CHANGERS

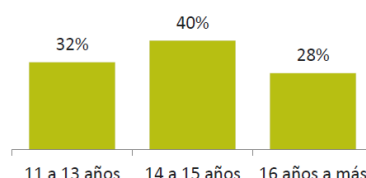


SEXO / EDAD / NSE / ÁMBITO / ESTRATO / GRADO

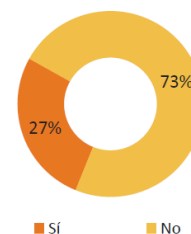
Perfil de los estudiantes



SEXO



EDAD (rangos)



DESEMPEÑO ESCOLAR

Durante el año escolar pasado (2014) ¿Desaprobaste algún curso (en el bimestre/trimestre)?

6 © 2015 Ipsos.

EST

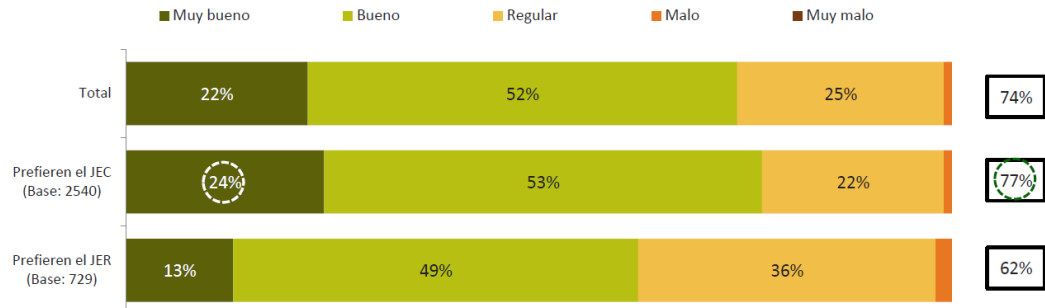
Base: Total de entrevistados (3269 estudiantes)

GAME CHANGERS



DESEMPEÑO ESCOLAR

Los estudiantes que prefieren la JEC tienen una mejor percepción de su desempeño escolar que los que prefieren la JER.



DESEMPEÑO ESCOLAR EN EL 2015

Pensando en este año escolar (2015), ¿dirías que tu desempeño escolar es...?:
(Respuesta única / sugerida)



Porcentaje significativamente más alto



Porcentaje significativamente más bajo

10 © 2015 Ipsos.

EST

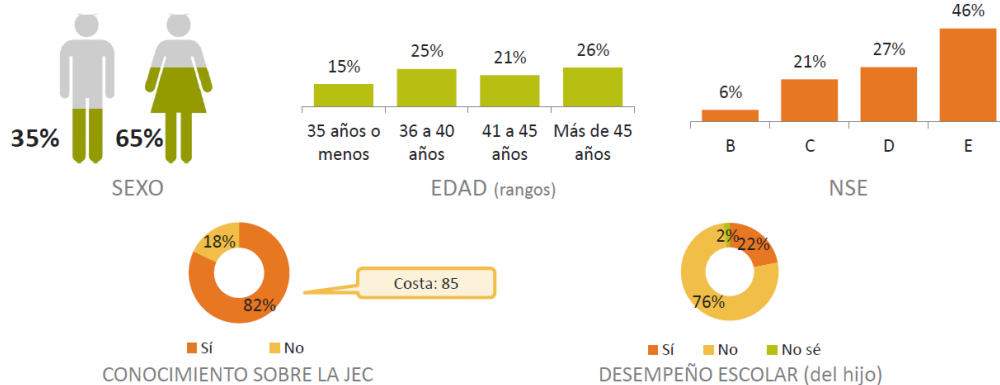
Base: Total de entrevistados (3269 estudiantes)

GAME CHANGERS



SEXO / EDAD / NSE / ÁMBITO / ESTRATO / GRADO

Perfil de los padres de familia



Con toda sinceridad, ¿sabe o ha escuchado hablar acerca de la Jornada Escolar Completa?

Durante el año escolar pasado (2014) su hijo(a) ¿Desaprobó algún curso (en el bimestre/trimestre)?

13 © 2015 Ipsos.

PPFF

GAME CHANGERS

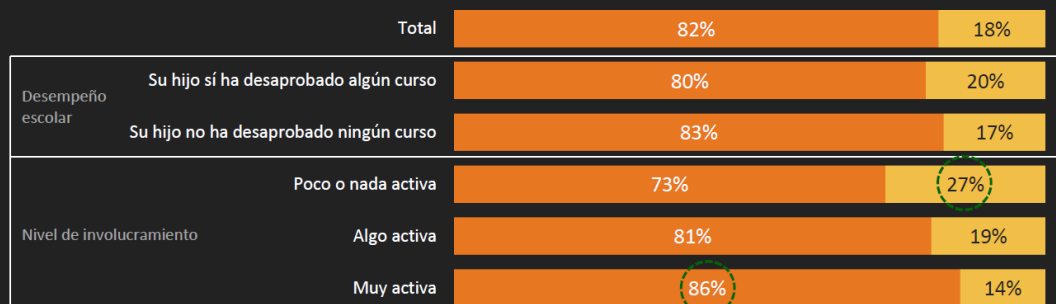


CONOCIMIENTO DE LA JEC SEGÚN DESEMPEÑO ESCOLAR DEL HIJO Y NIVEL DE INVOLUCRAMIENTO PARA PPFF

Ipsos Public Affairs

El porcentaje de padres con participación activa es mayor entre los que conocen la JEC

■ Sí conoce la JEC ■ No conoce la JEC



Con toda sinceridad, ¿sabe o ha escuchado hablar acerca de la Jornada Escolar Completa? (Sugerida)

Pensando en este año escolar (2015), ¿qué tan activa diría que es su participación como padre/madre de familia en el colegio de su hijo es: (Sugerida)

Durante el año escolar pasado (2014) su hijo(a) ¿Desaprobó algún curso (en el bimestre/trimestre)?

Base: Total de entrevistados (2810 PPFF)

15 © 2015 Ipsos.

PPFF

● Porcentaje significativamente más alto
○ Porcentaje significativamente más bajo

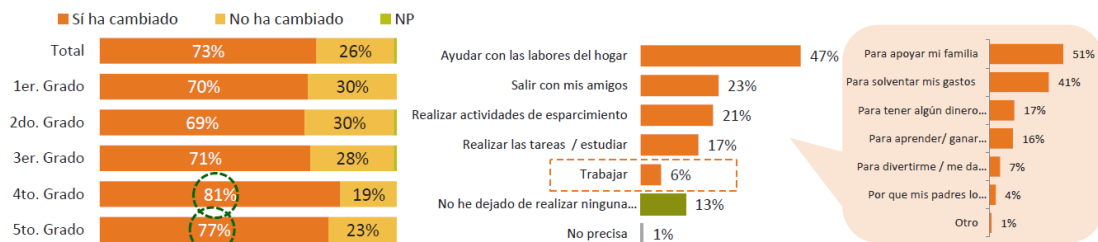
GAME CHANGERS



CAMBIOS DEBIDO A LA JORNADA ESCOLAR COMPLETA

Ipsos Public Affairs

La JEC ha generado cambios en la vida de la mayoría de estudiantes, principalmente entre los mayores



PRESENCIA DE CAMBIOS EN LA VIDA DIARIA

Pensando en las actividades que realizas después del colegio, ¿dirías que tu vida diaria ha cambiado debido a la ampliación del horario en tu colegio, o no ha cambiado?

Respuesta única

Base: Total de entrevistados (3269)

CAMBIOS EN LA VIDA DIARIA

¿Cuál de las siguientes actividades has tenido que dejar de realizar debido al cambio de horario de tu colegio o no has dejado de realizar ninguna / has continuado con tus actividades normalmente?

Respuesta múltiple / sugerida

Base: Total de entrevistados (3269)

RAZONES PARA TRABAJAR

¿Por qué trabaja?

Respuesta múltiple / sugerida

Base: Total de estudiantes que trabaja (192)

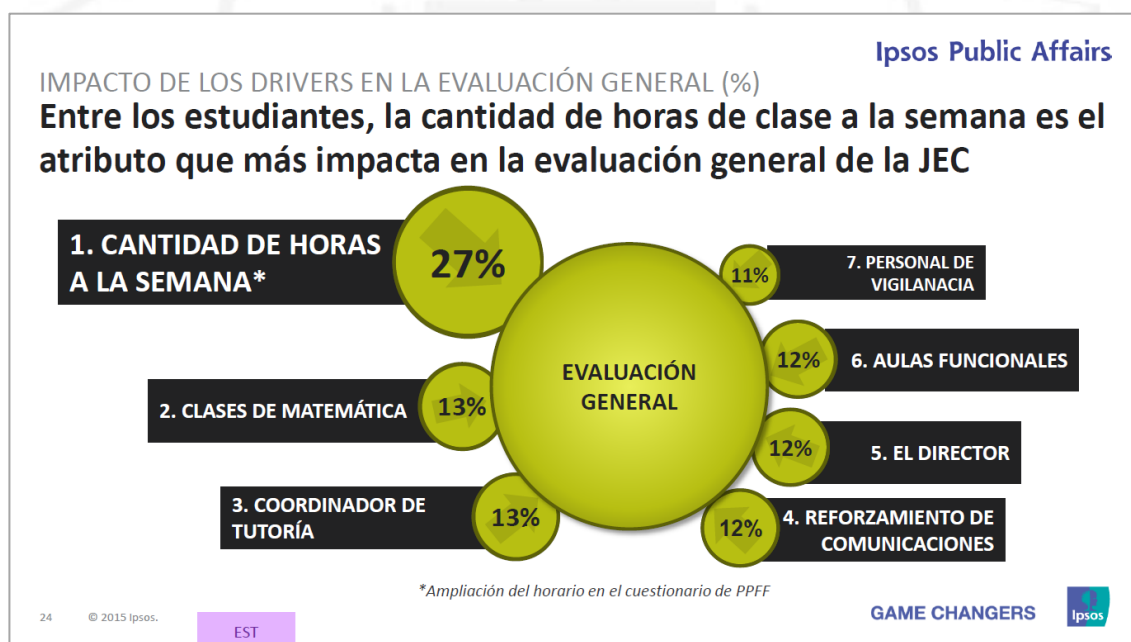
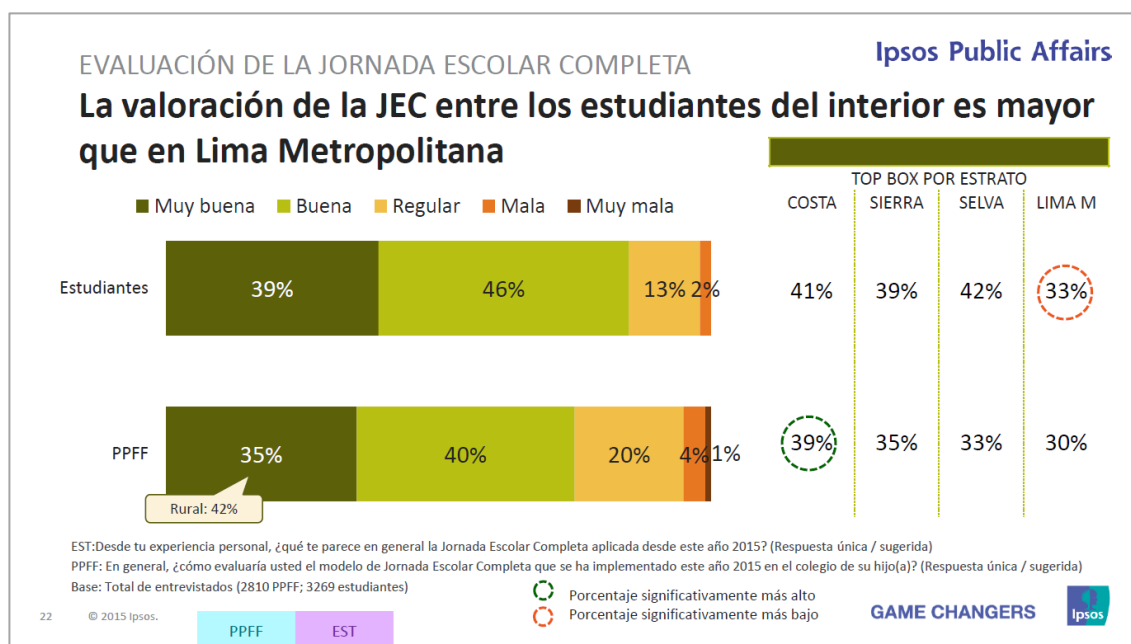
17 © 2015 Ipsos.

EST

● Porcentaje significativamente más alto
○ Porcentaje significativamente más bajo

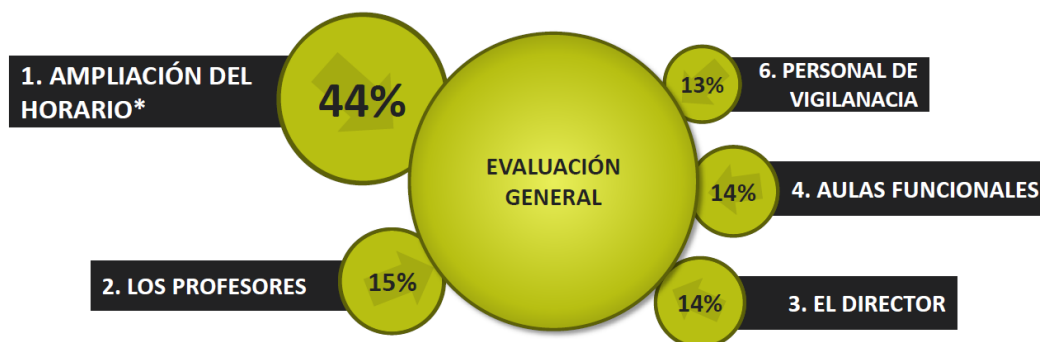
GAME CHANGERS





IMPACTO DE LOS DRIVERS EN LA EVALUACIÓN GENERAL (%)

Entre los padres, la ampliación del horario también es el atributo que más impacta en la evaluación general de la JEC



*Cantidad de horas a la semana en el cuestionario de estudiantes

25

© 2015 Ipsos.

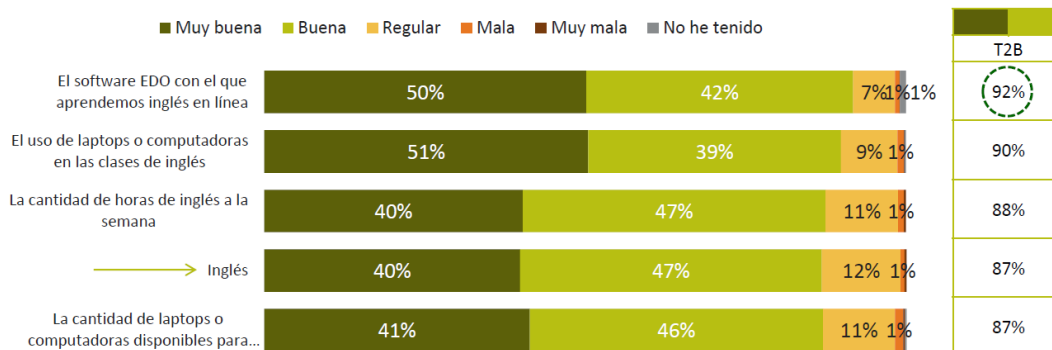
PPFF

GAME CHANGERS



EVALUACIÓN DE LAS CLASES DE INGLÉS

El uso de tecnología es el factor mejor evaluado de las clases de inglés



Pensando en las clases de inglés, en una escala del 1 al 5, donde 1 es muy mala y 5 muy buena, ¿cómo evaluarías ... en tu colegio?

Base: Total de entrevistados (3269 estudiantes)

36

© 2015 Ipsos.

EST



Porcentaje significativamente más alto



Porcentaje significativamente más bajo

GAME CHANGERS



**ANEXO N. ° 3: “Bases sistematizadas del Reporte de
Monitoreo Semestral JEC 2015 – primer y segundo semestre,
y levantamiento de información para el Estudio de
percepciones de estudiantes y padres de familia JEC –
Noviembre y diciembre 2015”**

Link de descarga del documento completo (base sistematizada en Excel):

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GMudIqwNagkK243HnN5JITwjYgG2ThfN/edit?usp=drive_link&oid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true

Nota:

Las hojas de cálculo sombreadas en verde corresponden al Reporte de Monitoreo Semestral JEC 2015 – primer y segundo semestre.

Las hojas de cálculo sombreadas en celeste corresponden al Levantamiento de información para el Estudio de percepciones de estudiantes y padres de familia JEC – Noviembre y diciembre 2015

ANEXO N. ° 4: “Monitoreo Trimestral JEC Ronda 1 – 2016”

Link de descarga del documento completo:

https://docs.google.com/presentation/d/1FSRRgbwW2faCTxqzJStPJn_YY3C-6OwC/edit?usp=sharing&ouid=104607480824020411733&rtpof=true&sd=true

Monitoreo Trimestral JEC Ronda 1 – 2016

[INFORME FINAL]

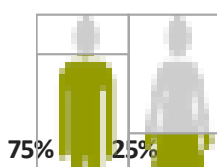


PERÚ

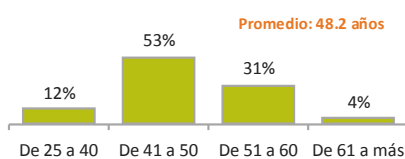
Ministerio
de Educación



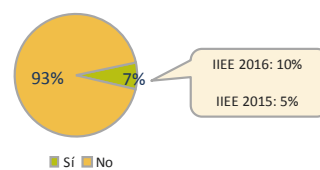
Perfil de los Directores (I)



SEXO

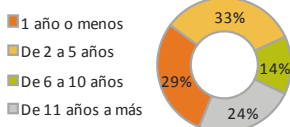


EDAD (rangos)



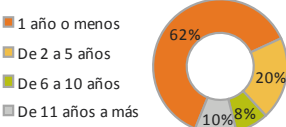
TIENE HORAS LECTIVAS

Promedio: 7 años

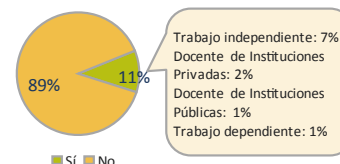


TIEMPO DE EXPERIENCIA COMO
DIRECTOR DE UNA IE

Promedio: 3.8 años



TIEMPO DE EXPERIENCIA COMO
DIRECTOR DE LA IE ACTUAL

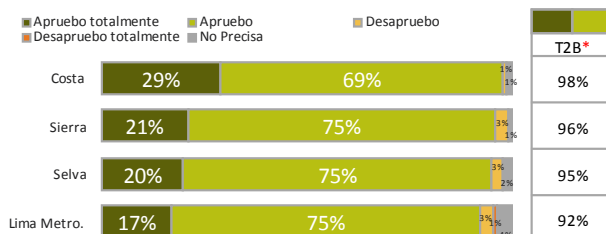


SEGUNDA OCUPACIÓN

APROBACIÓN DE LA JEC

El modelo JEC es altamente aprobado por la mayoría de Directores, especialmente en IIEE 2015 y en la costa

APROBACIÓN AL MODELO JEC POR PARTE DEL DIRECTOR



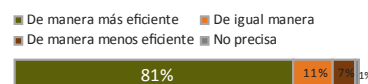
Las IIEE 2015 (97%) tienen una mayor aprobación frente a las IIEE 2016 (93%)

Las DRE de Cusco, Lima Metropolitana, Puno y Apurímac presentan mayor cantidad de casos de desaprobación

* Apruebo totalmente + Apruebo

EVALUACIÓN DEL INICIO DEL AÑO ESCOLAR

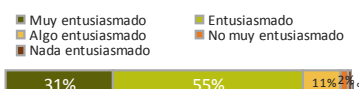
-SOLO IIEE 2015-



Las DRE de Cusco, Huánuco y Piura presentan mayor cantidad de casos de inicio menos eficiente

PERCEPCIÓN SOBRE LA INCORPORACIÓN AL MODELO

-SOLO IIEE 2016-



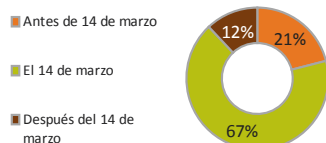
Las DRE de Cusco, Piura, Apurímac y Arequipa presentan mayor cantidad de casos de percepción negativa**

** Algo entusiasmado + No muy entusiasmado + Nada entusiasmado

INICIO Y FIN DE CLASES / HORA DE INGRESO Y SALIDA

La gran mayoría de IIEE cumple con la ampliación del horario escolar acorde al modelo JEC

FECHA DE INICIO DE CLASES



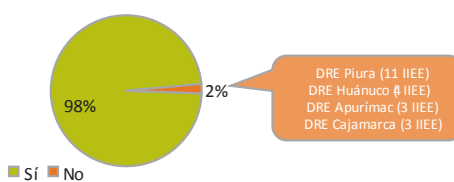
HORAS PROMEDIO DE INICIO Y FIN DE CLASES

Hora promedio de inicio de clases: 7:50 am

Hora promedio de fin de clases: 3:34 pm.

Las IIEE educativas destinan 60 minutos (promedio) para actividades no académicas (recreos, lonchera, almuerzo, etc.)

IIEE QUE CUMPLEN CON LA AMPLIACIÓN DEL HORARIO

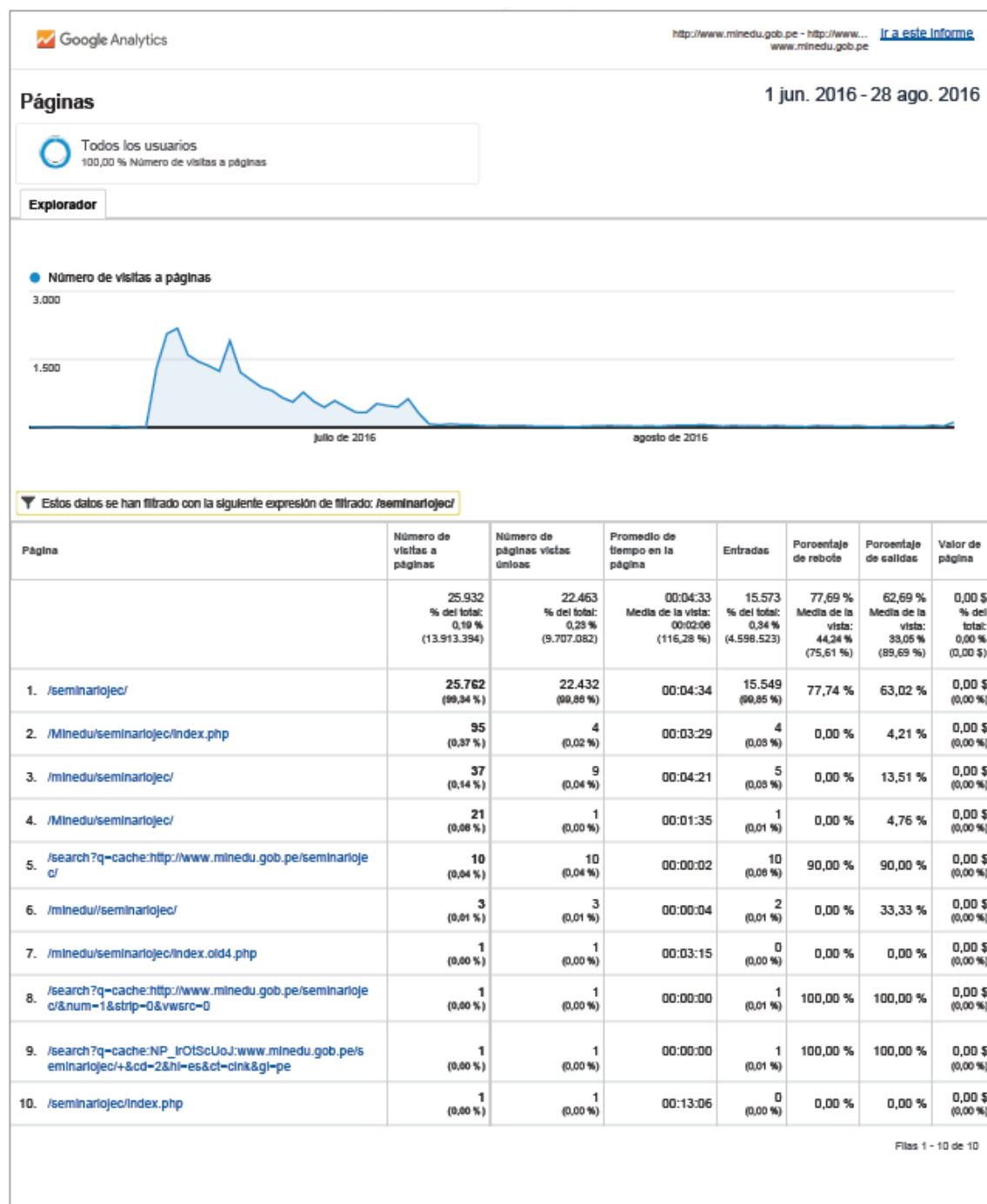


DRE Piura (11 IIEE)
DRE Huánuco (8 IIEE)
DRE Apurímac (3 IIEE)
DRE Cajamarca (3 IIEE)

El 83% IIEE dedica 9 horas pedagógicas diarias sin contar los minutos destinados a actividades no académicas

ANEXO N. ° 5: “Reporte de Google Analytics sobre sitio web del seminario JEC”

Link de descarga del documento: <https://drive.google.com/file/d/1Orj6vN5sm-SKISWuEwRmanNDEtpIyGaX/view?usp=sharing>



ANEXO N. ° 6: “Reporte 1er Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016 en las redes sociales”

Link de descarga del documento:

https://drive.google.com/file/d/1TssKSvKc5wKXoT65lDj5_7KknvNOKamu/view?usp=sharing

REPORTE:

I Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016



PERÚ

Ministerio de Educación

Facebook – Minedu



PERÚ

Ministerio de Educación

I Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016

- Se hicieron 4 publicaciones sobre la campaña I Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016 en el canal de Facebook de Minedu.
- Se obtuvo un alcance de más de **196 mil usuarios** en total, teniendo en promedio de **40 mil a 89 mil** usuarios.
- El post con mejor alcance logró más de **89 mil** usuarios alcanzados, publicado el 14 de junio 2016. La publicación casi logra posicionarse entre los mejores post del último mes de Minedu que oscilan entre 100 mil a 200 mil usuarios alcanzados.

Rendimiento de las publicaciones orgánicas:

Resultado	Alcance Total	Me gusta	Comentarios	Compartidos	Reproducción de video	Enlace
Mejor Post	89 464	408	102	192	14 903	https://www.facebook.com/minedu/peru/videos/145669128836204/
2do post	48 578	493	74	209	x	https://www.facebook.com/minedu/peru/posts/11596794207429050
3er post	41 376	786	137	488	8 781	https://www.facebook.com/minedu/peru/videos/145155302990029/
4to post	17 235	146	41	110	5 032	https://www.facebook.com/minedu/peru/videos/vb.272022672861522/1163492123714568
Total*	196 653	1 833	354	999	28 716	

*Es el total de todas las publicaciones de la campaña

Publicación con mejor rendimiento:



I Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016

- Se hicieron 7 publicaciones sobre el I Seminario Internacional de Jornada Escolar Completa 2016 en el canal de Twitter de Minedu. Se tuvo un total de **14 mil** impresiones contando todos los tuits.
- Además, 18 tuits del EN VIVO el evento que logró más de **28 mil** impresiones en total.
- El post con mayor cantidad de impresiones logró más de **4 mil** impresiones y fue publicado el 5 de julio de 2016. No logró ubicarse entre los mejores tuits del último mes que oscilan entre 11 a 9 mil impresiones por publicación.

Rendimiento de las 5 mejores **publicaciones orgánicas** :

Resultado	Impresiones	Retuits	Respuestas	Me gusta	Enlace
Mejor tuit	4 488	18	3	19	https://twitter.com/MineduPeru/status/750323219726430188
2do tuit	3 470	12	1	16	https://twitter.com/MineduPeru/status/7516085181037411328
3er tuit	1 891	3	1	5	https://twitter.com/MineduPeru/status/750473873725678543
4to tuit	1 344	1	0	1	https://twitter.com/MineduPeru/status/75147369914299912
5to tuit	1 216	10	2	6	https://twitter.com/MineduPeru/status/751481370327185126
Total*	14 691	47	7	57	

*Es el total de todas las publicaciones de la campaña

Publicación con mejor rendimiento:



Julia Mercedes Bustos Uscuvilca

Informe Turnitin

 C.F. julio
 GyT2024
 Universidad de Lima

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3084148902

Fecha de entrega

18 nov 2024, 2:00 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

18 nov 2024, 2:02 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

Proyecto_Licenciatura_2024_Julia_Bustos_Uscuvilca_FINAL.pdf

Tamaño de archivo

2.6 MB

67 Páginas

9,493 Palabras

52,789 Caracteres

13% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

- 12%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 4%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 12% Fuentes de Internet
- 3% Publicaciones
- 4% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	
hdl.handle.net		3%
2	Internet	
www.minedu.gob.pe		1%
3	Internet	
repositorio.ulima.edu.pe		1%
4	Internet	
repositorio.usil.edu.pe		1%
5	Internet	
www.slideshare.net		1%
6	Internet	
ugelsm.gob.pe		0%
7	Trabajos del estudiante	
University of Western Ontario		0%
8	Internet	
mikarim00.blogspot.com		0%
9	Trabajos del estudiante	
Universidad Nacional Mayor de San Marcos		0%
10	Internet	
web8956.vs.netbenefit.co.uk		0%
11	Internet	
andina.com.pe		0%

12	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	0%
13	Internet	rsr.akvo.org	0%
14	Publicación	Hong-Yu Cheng, Lu Chen. " Investigating how student-centered and teacher-cent...	0%
15	Trabajos del estudiante	University of Stirling	0%
16	Internet	almamater.bligoo.es	0%
17	Publicación	Julia Moeller, Julia Dietrich, Andreas Neubauer, Annette Brose et al. "Generalizabi...	0%
18	Trabajos del estudiante	Viaa	0%
19	Internet	fr.slideshare.net	0%
20	Internet	www.scribd.com	0%
21	Internet	baosongngu.vn	0%
22	Internet	juliomolt.blogspot.com	0%
23	Internet	www.eumed.net	0%
24	Trabajos del estudiante	Universidad de Lima	0%
25	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo	0%

26	Internet	es.slideshare.net	0%
27	Internet	periodicos.sbu.unicamp.br	0%
28	Internet	philpapers.org	0%
29	Internet	www.libelista.com	0%
30	Internet	biblioteca.unmsm.edu.pe	0%
31	Internet	diputadosmisiones.gov.ar	0%
32	Internet	issuu.com	0%
33	Internet	repositorio.uigv.edu.pe	0%
34	Internet	www.iwraw-ap.org	0%
35	Internet	www.parlamento-navarra.es	0%
36	Internet	cafeenlared.blogspot.com	0%
37	Internet	dspace.uazuay.edu.ec	0%
38	Internet	en.calameo.com	0%
39	Internet	spanish.peopledaily.com.cn	0%

40	Internet	virtual.urbe.edu	0%
41	Internet	www.gettyimages.co.nz	0%
42	Internet	www.rcn.com.co	0%
43	Internet	www.violenciaelsalvador.org.sv	0%