



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**IMPORTANCIA DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y USO
DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN (TIC) EN EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN E
INSTITUCIONALIZACIÓN DEL SIAGIE**

**PRESENTADA POR
FANY BARRIENTOS SÁNCHEZ**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2017



Reconocimiento - No comercial

CC BY-NC

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“IMPORTANCIA DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y
USO DE NUEVAS TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN (TIC) EN EL PROCESO DE
IMPLEMENTACIÓN E INSTITUCIONALIZACIÓN DEL SIAGIE”**

Monografía

**Para obtener el título en Ciencias de la Comunicación por Experiencia
Laboral**

Presentado por:

FANY BARRIENTOS SÁNCHEZ

LIMA – PERÚ

2017

DEDICATORIA

A mis padres Germán y María Fidelia por su apoyo incondicional en mi formación profesional.

A Lucero y Acxel, mis amados hijos, quienes me acompañan con aliento y convicción en el mundo de las comunicaciones.

A Ulises, mi compañero, quien con mucha comprensión y tolerancia siempre está pendiente de mi desarrollo personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

- Oficina de Informática, Ministerio de Educación
Calle del Comercio 193, San Borja
Teléfono: (01) 6155800
www.minedu.gob.pe
- Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana-
OGECOP, Ministerio de Educación
Calle del Comercio 193, San Borja
Teléfono: (01) 6155800
www.minedu.gob.pe

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE	iv
LISTA DE TABLAS	vii
LISTA DE FIGURAS	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	7
1. MARCO TEÓRICO	7
1.1. Fundamentos teóricos sobre estrategias de comunicación y nuevas tecnologías de información y comunicación TIC	7
1.1.1 La globalización y las TIC	7
1.1.2 ¿Qué es Web 2.0?	10
1.1.3 La Web Social	13
1.1.4 La sociedad de la información	14
1.1.5 Las TIC en los medios de comunicación	15
1.1.6 Tecnologías de información y comunicación (TIC) en educación	16
1.1.7 Marketing	18
1.1.8 Marketing Online y comunicación digital (WEBSITES)	18
1.1.9 Estrategias de marketing de la Era Digital	19
1.1.10 Gestión de marketing, medios de ATL	21
1.1.11 Marketing en la gestión pública	22
1.1.12 Plan de comunicaciones	23
1.1.13 Estrategias de comunicación	25
1.1.14 Relaciones Públicas	27
1.1.15 Relaciones Públicas 2.0	29

1.1.17 La comunicación desde la organización	31
1.1.18 Comunicación corporativa en las organizaciones	32
CAPÍTULO II	36
2. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL SECTOR EDUCACIÓN	36
2.1 Ministerio de Educación	36
2.1.1 Oficina de Informática	37
2.1.2 Programa JUNTOS	38
2.1.3 Programa JUNTOS– Subsistema MINEDU	38
2.1.4 Programa JUNTOS - Becas VRAE	40
2.1.5 Componente Mejora de la Eficiencia de la Gestión Educativa (CMEGE)	41
2.1.6 Articulación intersectorial	42
2.1.7 Sistema de Información de Apoyo a la Gestión Educativa (SIAGIE)	42
2.1.8 Rol del comunicador social	44
2.1.9 Plan de comunicaciones	46
3. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES	46
3.1 Primera Etapa (Períodos 2008- 2010)	46
3.2 Actividades y Canales de Relaciones Públicas	48
4. SEGUNDA ETAPA (Períodos 2011- 2013)	58
4.1 Proceso de institucionalización del SIAGIE	59
4.2 Actividades y Canales de Relaciones Públicas	61
4.3 Transferencia de responsabilidad y capacidades hacia los órganos intermedios en el marco de la sostenibilidad del SIAGIE a nivel nacional	69
CAPÍTULO III	71
CONCLUSIONES	71
CAPÍTULO IV	73
FUENTES DE INFORMACIÓN	73

ANEXOS	76
Anexo 1. Piezas publicitarias	77
Anexo 2. Ruteo- SIAGIE	79
Anexo 3. Blog SIAGIE	79
Anexo 4. Modelo de panel informativo	82
Anexo 5. Artículos periodísticos	83
Anexo 6. Reconocimientos	85

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Número de participantes que concluyeron capacitación en el SIAGIE Periodos 2008-2010	48
Tabla 2. Número de Directores de Instituciones Educativas que concluyeron capacitación en el SIAGIE en 9 regiones del país, Periodos 2008-2010.	49
Tabla 3. Número de Direcciones/Gerencias Regionales de Educación en las que se realizaron Ferias Informativas en la primera etapa, Periodos 2008-2010	52
Tabla 4. Número de Instituciones Educativas que participaron en charlas de sensibilización en 9 regiones del país, Periodos 2008-2010	54
Tabla 5. Número de participantes que concluyeron capacitación y fortalecimiento de capacidades en el uso y manejo del SIAGIE, Periodos 2011- 2013.	62
Tabla 6. Número de Directores de Instituciones Educativas que concluyeron capacitación en el SIAGIE en 25 regiones del país, Periodos 2011-2013	63
Tabla 7. Número de Instituciones Educativas que registraron en el SIAGIE en 25 regiones, Periodos 2011-2013	64
Tabla 8. Número de requerimientos atendidos por los operadores del Call Center SIAGIE Periodo2013	68

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Programa juntos	41
Figura 2. Infografía Siagie	44
Figura 3. Talleres de capacitación en regiones (1°etapa)	50
Figura 4. SIAGIE Versión 2.0 (1°ETAPA)	51
Figura 5. Ferias informativas Juntos/Minedu	53
Figura 6. Charlas de sensibilización en comunidades rurales y nativas	55
Figura 7. Banners Publicitarios	56
Figura 8. Banners Publicitarios	56
Figura 9. Resolución ministerial	60
Figura 10. Línea Gráfica – SIAGIE	61
Figura 11. Manual del SIAGIE ONLINE v3.0	64
Figura 12. Central telefónica SIAGIE	65
Figura 13. Banners SIAGIE publicitarios	66
Figura 14. Merchandising SIAGIE (CHALECO, GORRA)	67
Figura 15. Central de atención SIAGIE	68
Figura 16. SIAGIE	70

INTRODUCCIÓN

La presente monografía tiene el propósito brindar aportes sobre la experiencia laboral adquirida como profesional en Ciencias de la Comunicación en la Oficina de Informática del Ministerio de Educación; esto respecto al diseño e implementación de estrategias comunicacionales utilizadas para el proyecto SIAGIE, durante las etapas de intervención, implementación e institucionalización del aplicativo informático en el sector educación.

La experiencia está basada en el recuento cronológico, análisis de contenidos y resultados obtenidos con la aplicación sistemática de acciones estratégicas de comunicación masiva y especializada, a través de medios físicos y digitales en el proceso de implantación y adopción del sistema SIAGIE por parte de los usuarios a nivel nacional.

El proyecto se desarrolló a lo largo de ocho años, en dos grandes etapas, iniciándose en el año 2006, en 638 distritos del país, en el marco del convenio suscrito por el Programa JUNTOS y el Ministerio de Educación, a través del Componente Mejora de la Gestión Educativa (CMEGE).

La primera etapa representó un gran desafío para el proyecto debido a que un gran porcentaje de Instituciones Educativas beneficiarias se encuentran en zonas inminentemente rurales, en condiciones de pobreza y pobreza extrema, de difícil acceso por condiciones geográficas propias de comunidades alto andinas (ubicadas a más de 3,500 msnm) con fenómenos climatológicos, estacionales o permanentes que dificultan la accesibilidad a los distritos y comunidades rurales en las regiones de sierra y selva baja. A ello se suma los horarios restringidos para realizar los viajes interprovinciales y distritales en diversos departamentos.

Durante el proceso de intervención, se pudo comprobar la restricción y carencia de los servicios básicos. Para el caso del proyecto, la falta de electricidad representó una gran dificultad para el funcionamiento de equipos (especialmente computadoras), las cuales son un recurso indispensable para el registro de información. Asimismo, la limitada instalación de servicios de

internet restringe el uso de tecnologías de información y comunicación: Las instituciones educativas ubicadas en zonas rurales a nivel nacional solo cuentan con equipamiento básico y en la mayoría de los casos carecen de estos.

Adicionalmente, los directores, docentes de escuelas y colegios rurales tienen escasos conocimientos de computación e Internet. Los especialistas en las instancias intermedias del sector DRE, UGEL, REDES EDUCATIVAS en las regiones, carecen de conocimientos en ejecución de proyectos e implementación de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Por todas estas razones, se optó por el rediseño de la intervención, que demandó la asignación de mayor presupuesto en el año 2010, y fueron transferidas todas las competencias y responsabilidades por parte del Programa JUNTOS a la Oficina de Informática del Ministerio de Educación.

En el año 2010, se dio inicio al proceso de implementación y desarrollo del aplicativo informático SIAGIE, en su versión ON LINE 3.0; el trabajo fue realizado por un equipo multidisciplinario abocado al funcionamiento del aplicativo, el mismo que permitió probar y comprobar permanentemente funcionalidades respecto a la validez del registro de información en el sistema.

Durante el proceso evolutivo de desarrollo y uso del aplicativo, se generó una gran demanda por parte de miles de usuarios en la absolución de consultas con relación al acceso y registro de información en el sistema. En este contexto surge la necesidad de aplicar estrategias comunicacionales para facilitar la comunicación con el público objetivo (usuarios). La comunicación y marketing gubernamental, en el marco de la intervención del proyecto, la comunicación interna y externa son de vital importancia. Fue necesario elaborar un Plan de Comunicaciones con actividades, metas de acción y metas imagen, además de establecer indicadores que demuestren el logro progresivo de los objetivos del proyecto.

El uso múltiple de estrategias comunicacionales y recursos (vía online y físicos) permitió la masificación de la información. Así también, se efectuó la adquisición de servidores para el almacenamiento de información y señal de un punto NET satelital (Cloud Computing), recursos imprescindibles para el

funcionamiento óptimo del aplicativo y la difusión de la comunicación mediante TIC y herramientas web.

Las estrategias comunicacionales propuestas para el efecto de la movilización nacional que se desea lograr estarán sostenidas en la planificación de estrategias de comunicación y difusión, líneas de intervención, estrategias publicitarias, diseño y gestión de campañas en el sector educación. A esto se añade contar con un plan de medios y herramientas comunicacionales como una caja básica de herramientas, línea gráfica (afiches, folletos, volantes, vitrinas informativas). Dentro de las TIC se encuentran las redes sociales, organización de eventos de alto impacto, campañas integrales de comunicación (protocolos) y el uso de espacios comunes de comunicación en las sedes regionales del Ministerio de Educación.

En consecuencia, el despliegue de acciones para el cumplimiento del Plan de Comunicaciones del proyecto, se efectuó con un trabajo activo de coordinación permanente con el staff de informáticos y especialistas de la Oficina de Informática, también con la articulación y ejecución de actividades con el equipo de campo, supervisores y asistentes educativos asignados en 25 regiones del país.

Las estrategias comunicacionales se ajustaron a las demandas de los usuarios, se logró establecer una comunicación permanente y actualizada a través de la plataforma informática, call center (central telefónica, correo electrónico, Facebook, Skype), reforzada con acciones de monitoreo y supervisión in situ, talleres de fortalecimiento de capacidades, ejecución de charlas de sensibilización, ferias informativas, distribución de material promocional (merchandising), en instancias descentralizadas del sector e instituciones educativas para lograr el posicionamiento del SIAGIE.

La constante capacitación y entrenamiento en el uso de las TIC dirigido al equipo de campo y el uso de herramientas comunicacionales, el envío de correos electrónicos corporativos en forma masiva, llamadas telefónicas, uso de redes sociales, confluencia al servicio del call center, la difusión y ejecución de eventos, permitieron mantener una comunicación directa y personalizada con los usuarios. La información fue canalizada mediante réplicas de

capacitación por parte del equipo de supervisores y asistentes educativos a los especialistas SIAGIE, en instancias descentralizadas, cuya finalidad es que los contenidos de los mensajes e información brindada generen confianza y satisfacción en los usuarios.

Del mismo modo, se utilizó otro tipo de publicidad: ATL (Above the Line) mediante el cual se realizó la distribución física del Manual de uso del SIAGIE con el objetivo de fortalecer el proceso de capacitación sobre el uso y manejo del aplicativo a directores y docentes de zonas rurales y de frontera. Acciones realizadas en sesiones de réplica en cuanto a la inducción y asesoramiento personalizado a especialistas SIAGIE de las Unidades de Gestión Educativa Local (UGEL) así también a directores, profesores y personal administrativo en 25 regiones del país.

Como resultado del proceso de aplicación de estrategias comunicacionales persuasivas, canalizados a través de diversos medios con los especialistas SIAGIE y equipo de campo en las regiones, se logró capacitar en el uso, manejo y registro de información en el SIAGIE a un total de 97,000 instituciones educativas públicas y privadas del país.

Asimismo, se contó con la valiosa participación de los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales, quienes en el uso de sus facultades de gestión gubernamental y en el marco de la Descentralización del Estado, asignaron recursos económicos para la dotación de equipos informáticos e implementación de ambientes de trabajo en Redes Educativas y Centros de Recursos Tecnológicos (CRT) en 220 UGEL de 25 regiones.

Cabe destacar el convenio de colaboración mutua efectuado por el Ministerio de Educación y RENIEC, fundamental para la validación de datos en cuanto a la identidad de los registrados en el SIAGIE; la información es contrastada (en línea) con la Base de Datos del RENIEC, respecto a los datos consignados y registrados de los estudiantes en el SIAGIE. Esto en razón a la manipulación de datos de estudiantes fantasmas o inexistentes, consignados en las nóminas de matrícula en instituciones educativas a nivel nacional, la cual era situación dada hasta antes del uso del aplicativo informático SIAGIE.

Así también se apoyó en la suscripción de compromisos con la RENIEC y los Gobiernos Locales los cuales facilitaron que las niñas y niños indocumentados que asisten al sistema educativo de Programas No Escolarizados (Cunas, SET, PIETBAT, PRONOEIS, entre otros programas educativos), estudiantes de Educación Básica Regular (EBR), (EBE), cuenten con el Documento Nacional de Identidad (DNI), que les otorga la condición de sujetos de derechos como ciudadanos.

Como resultado de los procesos realizados y un arduo trabajo efectuado por un equipo polivalente de más de 520 profesionales dependientes de la Oficina de Informática se logró la institucionalización del SIAGIE en el año 2013. Por lo tanto, cabe destacar que la práctica creada e implementada por la Oficina de Informática del Ministerio de Educación es el aplicativo que el MINEDU otorga de manera gratuita a las instituciones educativas (públicas y privadas) del país, el cual permite gestionar la información de los procesos de matrícula, asistencia y evaluación de estudiantes.

En la actualidad el aplicativo ha sido implantado y viene funcionando con el soporte de un call center, el cual está al servicio de los usuarios durante las 24 horas a nivel nacional.

Algunos reconocimientos:

En el periodo 2012, la organización **CAD (Ciudadanos al Día)** entregó al Ministerio de Educación el Premio Buenas Prácticas en Gestión Pública 2012 a la práctica “Implementación del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión Educativa (SIAGIE), como parte de la mejora continua en la calidad de los servicios gratuitos que brinda el Ministerio de Educación a Instituciones Educativas a nivel nacional”, que participó en la categoría “Educación”.

En el año 2013, obtuvo el reconocimiento de la **ONU (Organización de Naciones Unidas)**. *En la premiación el Perú obtuvo el primer lugar en el Concurso Mundial de Servicios Públicos (Restitución de la identidad como derecho fundamental), a través del convenio de colaboración mutua del RENIEC y el Ministerio de Educación, con el cual se tienen registrados y validados con su DNI en el Sistema de Información de Apoyo a la Gestión Educativa (SIAGIE) a más de 81 % de niños y adolescentes matriculados de Instituciones Educativas del Perú, 2013.*

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Fundamentos teóricos sobre estrategias de comunicación y nuevas tecnologías de información y comunicación TIC

La experiencia laboral sobre “*Importancia de Estrategias Comunicacionales y uso de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación TIC, en el Proceso de Implementación e Institucionalización del SIAGIE*”, están soportados en la definición de conceptos básicos y específicos con relación a los nuevos procesos en las que está inmersa la sociedad actual. El uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) es el contexto del mundo globalizado y es importante establecer canales a través de estrategias de comunicación desde las instituciones públicas del Estado.

1.1.1 La globalización y las TIC

Al respecto Ramiro y Brassat (2002) establecen que: “La globalización es un fenómeno reciente, que marcará profundamente el futuro económico del mundo, y que afectará a los países en desarrollo de una manera decisiva. Muchos autores y pensadores sobre el destino de la civilización han venido repitiendo incesantemente que el mundo se está acercando cada vez más, que las comunicaciones van a tener un gran impacto en los patrones de vida de los países, que el acceso de la información va a determinar el desarrollo de las naciones, que el mundo se ha transformado en una aldea global y que el conocimiento será el mayor recurso de las naciones” (p.66).

En efecto, la globalización es un proceso de creciente internacionalización en los aspectos político, económico, social y cultural a nivel mundial. El uso de las nuevas tecnologías de comunicaciones han acortado las distancias para efectuar relaciones comerciales, transacciones financieras, alianzas políticas, entre otros aspectos que seguirán causando grandes cambios en la sociedad.

Sin embargo, ¿Cuán beneficioso será el impacto de la globalización en los países latinoamericanos, en el Perú en particular? Se asume que los nuevos gobiernos tendrán un gran reto de preservar la democracia y la identidad de la población; a su vez estará el desafío de implementar políticas que permitan el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (TIC) con la finalidad de brindar oportunidades a los ciudadanos en diversos aspectos en su desarrollo personal y social.

Por otra parte, exigirá al gobierno fomentar e implementar nuevas políticas públicas, las cuales demandarán asignar presupuestos por parte del Estado e inversión en la formación y capacitación de profesionales y expertos en el uso de TICs, que adquieran nuevos conocimientos para una gestión moderna estatal y también en las empresas privadas, considerando como una prioridad para el desarrollo del país en el nuevo contexto de la globalización.

En el sector educación surge la propuesta de implementar proyectos relacionados al uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC), señalados para alcanzar las metas del milenio. Por lo tanto, este encarga este trabajo a la Oficina de Informática, con el objetivo de ejecutar los procesos de implementación e institucionalización del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE) a nivel nacional, con resultados exitosos con el cumplimiento de metas físicas y financieras, fortalecimiento de capacidades a profesionales del sector educación y la construcción de una Base de Datos validada, confiable y con disponibilidad en línea.

Rojas (2011) explica la importancia de las TICs en *La Globalización de las Tics y la evolución educativa del SIGLO XXI*: “El proceso de Globalización requiere de medios que permitan encausar el procesamiento y transmisión de grandes volúmenes de información a nivel mundial en forma confiable y eficiente, es por ello que este proceso se ha transformado en uno de los principales estímulos y al mismo tiempo, es el principal beneficiario de los avances de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones y del consecuente desarrollo de redes mundiales de info-comunicación”. (p.7)

El siglo XXI se caracteriza por ser la era del conocimiento. La tecnología digital, virtual y satelital han tomado dominio de una nueva sociedad de la información. Los cambios que se vienen generando en el contexto mundial por efecto de la globalización son el uso masivo de las tecnologías y automatización de la información y comunicación, las cuales están sujetas a cambios constantes y cada vez más sofisticados.

Dentro del proceso de globalización las TIC son determinantes: Toda organización o institución privada o pública requiere implementar e innovar periódicamente nuevos programas informáticos y medios de comunicación modernos. Los mismos que permitirán la optimización de la gestión de procesos en la organización, de tal modo que este sea dinámico, oportuno, eficiente y eficaz en los servicios que brinde a otras organizaciones y a los ciudadanos. Cabe precisar que las TIC nos brindan una gran ventaja de encausar el procesamiento y transmisión de grandes volúmenes de información a nivel mundial, en forma eficiente, confiable y en tiempo real.

Frente a esta gran oportunidad que nos brinda el efecto de la globalización, en nuestro país la implementación de nuevas tecnologías de la información y comunicación todavía son limitadas en la gestión pública, sobre todo en los sectores educación y salud. Por lo que es importante incluir en la agenda de trabajo y toma de decisiones de las autoridades gubernamentales a todo nivel su uso e implementación.

En el caso del sector educación, se asumió el reto de la implementación de un nuevo Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE), con la finalidad de brindar y disponer de información estadística con relación a la gestión educativa administrativa de la totalidad de instituciones educativas a nivel nacional. El mismo que permitirá contar con información veraz sobre el sector, con la finalidad de optimizar y racionalizar la asignación de recursos y presupuestos respecto a las demandas que surgen para un buen funcionamiento.

1.1.2 ¿Qué es la Web 2.0?

Nafría (2007) afirma: “En mi opinión la Web 2.0 es un concepto plenamente válido que admite diversas definiciones e innumerables derivaciones que se podrían resumir en los tres puntos siguientes:

- **Segunda fase de Internet:** Web 2.0 es la segunda etapa de los proyectos y negocios de Internet una vez superada la enorme crisis que se produjo a partir del 2000 con el estallido de la llamada “burbuja puntocom”.
- **Web como plataforma:** Web 2.0 es una manera de ofrecer servicios en Internet gracias a la suma y combinación de diversas tecnologías que permiten utilizar la red como una plataforma de aplicaciones, lo que abre grandes posibilidades creativas.
- **El usuario es el rey:** Web 2.0 es una etapa en la que el usuario adquiere un gran protagonismo. Pasa de ser un mero espectador y consumidor de lo que ofrece internet a convertirse en creador y generador de contenidos y servicios. Es un usuario que participa de manera activa”. (p.111)

En la actualidad la mayor parte de organizaciones e instituciones públicas y privadas hacen uso de la Web 2.0. Las necesidades y exigencias de administrar y brindar servicios modernos, eficientes y de calidad así lo requieren.

En el proyecto SIAGIE, la Web 2.0 es un servicio fundamental, debido a que el funcionamiento de la plataforma informática está desarrollada en esta versión y brinda servicios a los usuarios del sector educación. La etapa de implementación se caracterizó por el rol determinante que asumieron tanto el equipo de profesionales de la Oficina de Informática y miles de usuarios desplegados a nivel nacional, confluyendo en el sistema para su construcción con la validación permanente en cuanto al funcionamiento por parte de los miembros de la comunidad educativa del país.

Cabe precisar que el uso de la Web 2.0 permite explotar al máximo la plataforma informática del SIAGIE, esto para establecer estrategias y canales de comunicación en la interfaz del sistema. En consecuencia, se

consigue brindar un servicio de calidad a los usuarios, establecer una interacción de comunicación por diversos modos, optimizar el uso correcto del aplicativo durante el registro de información y la absolución de consultas durante el proceso. El éxito de los resultados obtenidos en el SIAGIE se resume al establecimiento de estrategias en el cual los usuarios asumen su rol como consumidores y protagonistas de generar información de su interés en cuanto a los documentos administrativos de la institución educativa.

Aced (2010) señala lo siguiente: “Pero ¿Qué significa 2.0? Aunque pueda parecer muy técnico, en realidad Web 2.0 es el nombre que se le da a la nueva etapa de Internet, más dinámica y participativa que la anterior (que sería la 1.0). El primero en utilizar este término fue Tim O’Reilly, fundador y presidente de la editorial O’Reilly Media, en el 2004. La Web 2.0 es la evolución de la primera generación de Internet”. (p.15)

En la actualidad el término web 2.0 representa una serie de aplicaciones que se utilizan gracias a Internet, a través del cual las personas pueden establecer comunicación. La web 2.0 fomenta el intercambio de información entre los usuarios y su uso suele ser intuitivo y sencillo: Establece una gama de oportunidades para la comunicación profesional y social.

Es necesario mencionar que las aplicaciones de la web 2.0 ya están impuestas en la sociedad y su uso se ha convertido en indispensable para las empresas, las instituciones públicas y privadas y en el quehacer diario de las personas.

Brunetta (2013):“La web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia las **aplicaciones web**, enfocadas en el usuario final. Por lo tanto la web 2.0, es una actitud y no solo necesariamente una tecnología”. (p.15)

En efecto, la web 2.0 influye en la sociedad mundial con principios tan simples como la colaboración: El individuo, grupos de personas y organizaciones interactúan con miles y miles de usuarios. En un entorno

digital, no hay límite aparente para brindar bienes y servicios a un indeterminado número de clientes o usuarios.

Con relación a la implementación del aplicativo informático SIAGIE (desarrollado en la versión web 2.0) los protagonistas son las personas o usuarios quienes confluyen e interactúan en el requerimiento de información en torno al funcionamiento y uso del sistema. Este permite recabar aportes y sugerencias por los canales de comunicación establecidos en la interfaz del aplicativo. Por lo tanto, el sistema diseñado por la Oficina de Informática del Ministerio de Educación contribuye a generar comunicación permanente con los usuarios de la comunidad educativa. Todo con la finalidad de contar periódicamente con información sobre gestión educativa de más de 105 000 instituciones educativas a nivel nacional.

Según Brizuela, Giménez, y Luft (2013): “Web 2.0 son una serie de aplicaciones web que de manera interactiva facilitan el intercambio de información y colaboraciones por parte de los usuarios”. (p.1)

La web 2.0 ofrece a los usuarios el acceso al conocimiento y uso de varias herramientas como redes sociales, (Facebook, Twitter, Tumblr, Yayo, Myspace), en páginas de contenidos (Blogger, WordPress, WikiSpaces, Flickr, Youtube), en organización de información (Google, Yahoo, Bloglines, Del.icio.us.), así también las principales aplicaciones (Google Earth, Gmail, XDrive).

Por lo expuesto anteriormente, cabe precisar que la Oficina de Informática del Ministerio de Educación, desarrollo una plataforma informática para el proyecto SIAGE. En el que, los usuarios acceden al aplicativo desarrollado en el entorno web 2.0, desde cualquier punto, hacen uso de dispositivos y herramientas digitales en forma práctica, interactúan y comparten información en tiempo real.

Las actividades de recurrencia por parte de los usuarios al aplicativo contó con soporte técnico informático para su entrenamiento y actualización en el uso de las herramientas web 2.0. Se estableció comunicación desde la central de atención y publicación frecuente de información a través del link

del sistema, esto con la finalidad de mantener informados en forma permanente a los usuarios.

A su vez, el diseño de estrategias para la contingencia técnica y comunicacional permite brindar un asesoramiento en las competencias adquiridas en forma progresiva a los usuarios para un desempeño adecuado en el proceso de registro de información y emisión de documentos del sistema. El fin es lograr mayor destreza en el conocimiento de sistemas de información y comunicación web 2.0 por parte de los usuarios, lo que contribuirá al desarrollo de sus actividades y su vida cotidiana.

1.1.3 La Web Social

Fumero, Roca (2007) afirma: “Por encima de toda la retórica posmoderna que nos ha impuesto el cambio de versión de la Web, se impone un adjetivo social. Es para algunos estudiosos [Referencia New Scientist] un proceso de socialización el que se impone como director del movimiento de cambio que vivimos. Hasta tal punto, es así que la pléyade de herramientas aparecidas – gracias en gran parte al empuje de la innovación de usuario y la popularización del software libre – como propias de la Web 2.0 se acostumbran a catalogar bajo la denominación de software social, un concepto en el que nos detendremos un momento. Como consecuencia y garantía de su existencia [...] aparecen las nuevas generaciones de usuarios, consumidores, info-ciudadanos en definitiva que he convenido en denominar “nativos digitales”. (p.44)

En efecto, la Web 2.0 representa para las nuevas generaciones un nuevo contexto de adaptación tecnológica digital, la confluencia a esta los convierte en usuarios masivos (nativos digitales) tanto en sus actividades formativas, laborales y de ocio.

Con relación a la implementación del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE), los usuarios de la comunidad educativa conforman también una red de socialización en la red de redes.

1.1.4 La sociedad de la información

El uso de los medios de comunicación modernos y cada vez más sofisticados y el almacenamiento y digitalización de la información de textos, videos y sonidos vienen siendo comprimidos en formatos digitales cada vez más versátiles para su uso: Nos encontramos frente a una nueva sociedad de la información, latente en el día a día a nuestra realidad actual.

Ortiz (1995) hace referencia sobre la sociedad de la información: “Las sociedades de la información se caracterizan por basarse en el conocimiento y los esfuerzos por convertir la información en conocimiento. Cuanto mayor es la cantidad de información generada por una sociedad, mayor es la necesidad de convertirla en conocimiento. Otra dimensión de tales sociedades es la velocidad con que tal información se genera, trasmite y procesa. En la actualidad, la información puede obtenerse de manera prácticamente instantánea y, muchas veces, a partir de la misma fuente que produce, sin distinción de lugar. Finalmente, las actividades ligadas a la información no son tan dependientes del transporte y de la existencia de concentraciones humanas como las actividades industriales. Esto permite un reacondicionamiento espacial caracterizado por la descentralización y la dispersión de las poblaciones y servicios” (p.114).

A través de Internet, se proporcionan a los usuarios información que es innovada constantemente, con el poder de recibir información a nivel mundial, los mismos que pueden ser de interés o no. Nos encontramos sin lugar a dudas frente a una sociedad de la información, una sin límites de barreras geográficas, en la que se cuenta con información en forma instantánea. Incluso la traducción de los contenidos en diversos idiomas no representan un limitante, el acceso por los horarios tampoco: Internet es un espacio de interacción social, que permite comunicarse simultáneamente con otras personas, las organizaciones e instituciones los usan como herramientas fundamentales para la gestión integral de sus recursos y los costos para su uso son relativamente bajos.

Si bien la población juvenil usa los aplicativos de la web sin mayor dificultad, el ciberespacio nos permite contar con información valiosa para el

desarrollo personal y social. Sin embargo también podríamos encontrar información nociva en la red de redes. Además, no todos cuentan con el servicio instalado en el hogar o trabajo, por lo que solo acceden a las cabinas de internet, lo que representa una desventaja a futuro en su desarrollo personal y profesional.

A pesar de estar inmersos en la sociedad de la información, en los países menos desarrollados la población enfrenta la brecha digital, también la desigualdad social del acceso a este servicio limita su uso: La instalación del ancho de banda es básica, por lo tanto la señal es débil. O incluso carecen de servicios básicos como la electricidad, los que siguen siendo las limitantes para el uso masivo de la Internet.

En este contexto, se ejecutó el proyecto (SIAGIE), donde se utilizaron diversos recursos y estrategias para la inducción y aprendizaje del aplicativo, las estrategias comunicacionales utilizadas fueron versátiles y en constante innovación el manejo de mensajes y contenidos, de acuerdo al contexto en las regiones del país, superando oportunamente las dificultades en el desarrollo del proyecto, con la movilización permanente de recursos humanos y soporte tecnológico de última generación.

El Ministerio de Educación, dispuso de un punto NET en la nube (Cloud Computing), a su vez, adquirió un servidor para el almacenamiento de información del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE).

1.1.5 Las TIC en los medios de comunicación

El uso de las tecnologías de información y comunicación en el presente milenio vienen revolucionando las formas en que las personas recibimos información a través de los medios de comunicación. La transmisión de la información a través vía microondas, por satélites artificiales y/o fibra óptica vienen causando gran impacto en la población.

El Impacto de las TIC en los medios de comunicación ha sido descrito por diversos autores:

Una publicación de la Universidad Nacional de Córdoba (2011) señala: “En los últimos años, el uso de las TIC, que engloban la prensa, la radio, la televisión, el cine y la red mundial, se ha incrementado. En especial cabe destacar el explosivo desarrollo de Internet que permite comunicación diferida o en tiempo real y es un servicio más que ofrece la World Wide Web. Esta red interconecta sitios que ofrecen información de todo tipo, que se pueden consultar desde cualquier computadora con acceso, las 24 horas del día, los 365 días del año” (p.1).

Cabe precisar que nos encontramos inmersos en una nueva sociedad de la información y sociedad del conocimiento: Debido a que los procesos de comunicación son masivos, las cantidades son infinitas, la transferencia y transmisión de información surgen desde cualquier punto del planeta. Los medios de comunicación realizan la transmisión de información desde sus recursos tradicionales y también han posicionado su señal en la World Wide Web.

Sin embargo, debemos señalar que existe una brecha digital por las diferencias de los estratos sociales y poder económico, no todos pueden acceder a estos servicios en forma privada y permanente; en consecuencia, estos factores restarán posibilidades a estos ciudadanos a futuro.

Sin embargo, cabe señalar que, uno de los recursos fundamentales utilizados durante la intervención, implementación e institucionalización del SIAGIE, fue Internet, un recurso indispensable, que permitió la masificación de la capacitación en línea, dado que el diseño intuitivo del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE) permitió en forma progresiva y eficiente el uso y registro de información por parte de los usuarios en el aplicativo a nivel nacional.

1.1.6 Tecnologías de información y comunicación (TIC) en educación

Según la UNESCO (2009): “La lista ampliada de indicadores ha sido desarrollada en armonía con la visión estratégica de la UNESCO, y las prioridades establecidas para el uso de las TIC con fines educativos. En consideración al hecho que, en todo el mundo, el uso de las TIC en y para la educación ha sido reconocido como una necesidad y una oportunidad, este

campo se ha llegado a considerar un tema prioritario y transversal en todas las áreas de competencia de la UNESCO. El enfoque utilizado por la UNESCO en sus intervenciones en el campo de las TIC en educación, está basado en la plataforma intersectorial de la organización fomentando el aprendizaje reforzado por TIC” (p.13).

Efectivamente, la UNESCO es una organización internacional que promueve las políticas educativas en el marco de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) asumiendo la misión de liderar el grupo de trabajo para la elaboración de indicadores sobre el uso de las (TIC) en educación.

El trabajo encargado al Instituto de Estadística de la UNESCO (IEU) tiene como finalidad la entrega periódica de indicadores internacionales del uso de las TIC en educación, considerando las necesidades políticas fijadas en los Objetivos del Desarrollo del Milenio y Educación para Todos.

La IEU, mediante estudios de monitoreo y evaluación en los países, realiza acciones de incidencia en la medición del impacto sobre el uso y resultados de las TIC en educación por parte de los docentes y alumnos; sin embargo debemos aclarar que el nivel de implementación de las TIC en los países se encuentran en distintos niveles.

Cabe señalar que las políticas educativas en Perú están bajo las directrices de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y Educación para Todos, impulsados por la UNESCO, adoptando el término Educación para Todos como logo institucional del Ministerio de Educación durante los períodos del 2005 al 2015.

En el marco de políticas educativas que promueve la UNESCO, en el Perú se dio inicio a la implementación del SIAGIE como un sistema informático necesario y fundamental para el sector educación, considerado como una necesidad prioritaria. La finalidad es que el Ministerio de Educación cuente con una Base de Datos Nacional que contenga información completa, validada y confiable de las instituciones educativas públicas y privadas del país, marcando de este modo un hito y punto de partida para la implementación de un sistema

de información específico en las diversas direcciones descentralizadas del sector, siendo referencia para otras instituciones del Estado. En consecuencia, se mostró un avance significativo y tangible con relación a los Objetivos de Desarrollo del Milenio y Educación para Todos, impulsados por la UNESCO en el Perú.

1.1.7 Marketing

Kotler, Armstrong, Cámara, Cruz (2004) definen el marketing como un “Proceso social y de gestión mediante el cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de unos productos y valores con otros”. (p.5)

En efecto, los proyectos tecnológicos y de desarrollo involucran distintos grupos sociales, por lo tanto la organización que emprende la ejecución y gestión de un proyecto tiene que tomar en cuenta (en el proceso de la planificación estratégica y diseño del plan de comunicaciones) la propuesta de valor que se materializa mediante **una oferta de marketing**: Una combinación de productos, servicios, información y experiencias que se ofrecen en un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo.

Ya que el SIAGIE es un proyecto informático dirigido a un gran público objetivo (miles de usuarios a nivel nacional) este requerirá la aplicación de estrategias de marketing como soporte a las estrategias de comunicación tradicional y digital a ser utilizadas durante las etapas de intervención, implementación, institucionalización y sostenibilidad del proyecto.

1.1.8 Marketing Online y comunicación digital (WEBSITES)

Según Somalo (2011): “Todos sabemos lo que es una página de Internet... ¿Somos capaces de aprovechar todo su potencial para lograr nuestros objetivos de comunicación? Parece inimaginable una campaña que no tenga como eje central una web en la cual debemos aunar los objetivos perseguidos: Enganchar al usuario con nuestros atractivos contenidos, conseguir un registro o, incluso, una venta. Esta importantísima herramienta suele ser el eje central de la comunicación digital, sin embargo, esa no es la única posibilidad de usarla. Podemos distinguir claramente dos aplicaciones:

1. Página web central de la campaña.
2. Apoyos externos: Microsites, Blogs, Weblogs o cuadernos de bitácora, Redes Sociales, Foros, Chats”. (p.26)

Efectivamente, una de las herramientas básicas del marketing online son los sitios web creados por una empresa u organización. En el caso del SIAGIE, por la característica de ser un proyecto informático esta es su columna vertebral. En torno a ella se desarrollan herramientas de marketing y comunicación digital para el lanzamiento de campañas permanentes y temporales de comunicación online, todo con el objetivo de conseguir el interés de la comunidad educativa, la de los usuarios (directores, docentes, secretaria, auxiliar de educación, entre otros) de instituciones educativas a nivel nacional.

A través del link previsto para los usuarios del SIAGIE estos reciben amplia información sobre el proyecto informático. De tal manera que los interesados acceden a la web del Ministerio de Educación, en el cual encuentran información de su interés y con el incentivo de formar parte de la comunidad de usuarios.

En la interfaz del sistema encuentran la ruta e instrucciones para su registro como usuarios, rellenan formularios en línea y realizan la gestión a través de la misma. El objetivo final es conseguir la convergencia de miles de usuarios al aplicativo.

A su vez, el proyecto implementa herramientas como Redes Sociales, Foros, Chats y una Central de ayuda (Call Center). Todo con la finalidad de dirigir el tráfico al portal central de la campaña en forma estandarizada, con funciones y privilegios específicos en su rol de usuarios.

1.1.9 Estrategias de marketing de la Era Digital

Kotler, Armstrong, Cámara, Cruz (2004) aseveran que “La empresa en el siglo XXI debe adaptarse a la gestión *online*. Y sin duda, el marketing debe desempeñar un papel de liderazgo en la remodelación de la estrategia empresarial. [...] E-business, e-marketing y comercio electrónico en la nueva era digital:

- **E-business**, empleo de plataformas electrónicas (intranets, extranets o Internet), en el desarrollo de los negocios.
 - **E-commerce**, proceso de compraventa realizado a través de medios electrónicos, fundamentalmente a través de Internet.
 - **E-marketing**, funciones de marketing realizadas a través de medios electrónicos, fundamentalmente a través de Internet”.
- (p.81)

Con relación a las características del proyecto informático SIAGIE, las estrategias de marketing digital fusionadas a las de comunicaciones y relaciones públicas tienen suma importancia. El uso de la plataforma con intranet, extranet e Internet en el SIAGIE son los pilares del proyecto. La intranet se utiliza para la comunicación interna de los empleados, estableciendo una comunicación efectiva y eficaz entre sí. La extranet, para establecer comunicación con el público externo, para facilitar el intercambio de datos.

El SIAGIE es un aplicativo informático desarrollado en la versión de Web 2.0. Por lo tanto, el uso del Internet es imprescindible para su funcionamiento. Simultáneamente, una estrategia de E- Marketing fue aplicada con el objeto de comunicar y promocionar los servicios del proyecto a través de Internet.

Kutchera, García, Fernández (2014) mencionan: “E-X-I-T-O en cinco pasos para lograr el éxito de una empresa. Estos 5 pasos aplican tanto en las empresas grandes como pequeñas, en cualquier industria, producto, servicio o incluso en un individuo (por ejemplo autores, consultores y celebridades). [...] Este proceso de mercadotecnia integrada de E-X-I-T-O, incluye los siguientes pasos, los cuales forman ciclos constantes y que en realidad nunca terminan. Si los resultados no son correctos hay que volver a escuchar:

E scuche a su audiencia	<i>Investigación</i>
eX perimente como usuario mediante perfiles	<i>Planificación</i>
I ntegre sus canales de comunicación	
T ransforme su audiencia en comunidades	<i>Lanzamiento y</i>

Optimize los resultados

mantenimiento”.

(p.9)

El éxito del marketing digital en las organizaciones modernas debe contar con elementos fundamentales en las etapas de investigación, planificación, lanzamiento y mantenimiento. Es imprescindible contar con estrategias y canales de comunicación dirigidos a la gran audiencia, de este modo se podrá contar con información respecto al nivel de comunicación establecida desde la organización. La investigación y medición constante sobre la incidencia de la comunicación establecida con el público objetivo dará luces a la organización sobre el efecto positivo o negativo de esta.

Del mismo modo, la planificación de actividades y acciones comunicacionales bien estructuradas serán el soporte para establecer un vínculo de aceptación y confianza con la organización por parte de los usuarios. En el caso del SIAGIE, se incorporó a los usuarios mediante roles y funciones en el acceso al sistema, así también se difundió información al público objetivo para mayor conocimiento del aplicativo.

Se ha logrado transformar en una gran audiencia a la comunidad de usuarios del SIAGIE, proporcionándoles información permanente, acompañamiento y actividades promocionales con la finalidad de asegurar el posicionamiento y optimización de los resultados progresivos y exitosos obtenidos durante las etapas de implementación, institucionalización y sostenibilidad del proyecto informático.

1.1.10 Gestión de marketing, medios de ATL

La competencia por atraer y fidelizar consumidores ha motivado la creación de varias estrategias. Aunque el fin es el mismo, cada una cuenta con sus propias técnicas, ventajas y desventajas. Respecto al marketing, hay una estrategia muy utilizada: **ATL (Above the Line)**.

Pinzón (2015) menciona: “Above the Line (en español, sobre la línea), más conocido por su acrónimo ATL, es la estrategia tradicional que utilizan las empresas para llegar al público general. Son medios costosos y masivos que difícilmente podemos medir el impacto real en ventas o lealtad. Con esto no se

dice que no sea efectiva, puesto que lo es y mucho, pero resulta complicado de medir. Sus medios son: la televisión, radio, cine, vía pública, diarios y revistas, entre otros”. (p.1)

Durante el proceso de implementación del SIAGIE, se optó por utilizar la estrategia del ATL y de Relaciones Públicas. Con este fin, se ejecutaron talleres de capacitación, ferias informativas, charlas de sensibilización, distribución de banners, roll screen, merchandising, afiches, folletos, trípticos, manuales, entre otros. También hubo publicaciones en diarios de circulación nacional.

Debido a la naturaleza del proyecto, que consiste en la implementación de un sistema de información, se usó masivamente la plataforma web del proyecto con la finalidad de publicar comunicados, piezas publicitarias, correos corporativos (*ejemplo: zcordova.cmege@gmail.com*), posts en redes sociales (Facebook, Twitter, Skype) y llamadas telefónicas atendidas desde el call center para la difusión y posicionamiento del proyecto SIAGIE en el país.

1.1.11 Marketing en la gestión pública

El marketing representa una herramienta básica en la administración pública actual, esencialmente en la prestación de bienes, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, información, ideas, organizaciones, etc.

Flores (2015) indica sobre el marketing en el sector público lo siguiente: “En la administración pública la aplicación del marketing público es incipiente. Referentes diversos, gradualmente, impulsan a las organizaciones públicas a adoptar el presupuesto básico del marketing; es decir, a considerar las demandas y necesidades de los ciudadanos como el eje central de la gestión pública. Dichos referentes son de distinto orden, como empíricos, teóricos y descriptivos y en todos ellos se encuentran interrelaciones y vínculos con los procesos de reforma y modernización de la Administración Pública” (p.1).

Para el caso del SIAGIE se realizó un planteamiento organizativo, donde la adaptación creativa de metodologías representó un desafío para el equipo técnico y profesionales responsables del área de comunicaciones y

soporte funcional del SIAGIE de la Oficina de Informática, esto en relación a las estrategias de marketing a utilizar.

En consecuencia, se establecieron los medios indispensables para canalizar la atención diferenciada y con equidad a los usuarios que tienen características particulares y desventaja social. Se considera que las estrategias utilizadas lograrán la modificación de conductas sociales tanto en el proceso de adquisición de nuevos conocimientos y adopción del aplicativo por parte de la comunidad educativa involucrada en este proceso.

También se debe tomar en cuenta que es una aplicación reciente del marketing en el sector educación, con características de versatilidad e innovación constantes, cuya finalidad es brindar satisfacción al público usuario a través de los servicios brindados en forma permanente, logrando en el tiempo la aceptación y el posicionamiento del servicio que beneficiará a toda la población educativa del país.

1.1.12 Plan de comunicaciones

Molero (2005) define: “El plan de comunicaciones se trata de un instrumento que engloba el programa comunicativo de actuación (a corto, medio y largo plazo), que recoge metas, estrategias, públicos objetivo, mensajes básicos, acciones, cronograma, presupuesto y métodos de evaluación. Con esta herramienta se trata de coordinar y supervisar la optimización de la estrategia de imagen y comunicación de la organización, así como de diseñar las líneas maestras de una gestión informativa y comunicativa específica para la entidad”. (p.4)

Elaborar un plan de comunicaciones en una institución pública requiere de la planificación organizada de procesos sistemáticos, de acciones que necesita difundir la organización con relación a sus actividades, las mismas que están ligadas a los lineamientos estratégicos establecidos por la institución.

El plan de comunicaciones del SIAGIE, tomó en consideración un programa de comunicación institucional en plazos determinados con

contenidos dirigidos a un público objetivo. La gestión informativa y de comunicación de la Oficina de Informática contempla un marco de referencia claro de lo que se quiere comunicar, mientras las actividades deben lograr establecer vínculos que satisfagan las necesidades y expectativas de los usuarios. También se requiere contar con la disposición de un presupuesto suficiente para la ejecución de actividades y adquisición de recursos logísticos para el proyecto.

Por lo tanto, el plan de comunicaciones del SIAGIE es un documento activo, dinámico y flexible, al cual se podrán hacer los ajustes correspondientes a su contenido de acuerdo a las necesidades que demande la evaluación periódica del mismo.

De acuerdo a un estudio realizado por la Universidad de Kansas (2016): "Crear un plan para la comunicación puede tener las mejores ideas del mundo, pero si nadie las conoce y las aprovecha, no tiene valor alguno en la práctica. Sin embargo, es necesario recordar que comunicar los objetivos de la iniciativa no necesariamente resolverá todos sus problemas. Correr la voz ayudará a atraer personas, pero se les deberá dar un motivo para que vuelvan. Estos son algunos de los motivos para desarrollar un plan de comunicaciones:

- Un plan hará posible comunicar la información de forma precisa. Proporciona una estructura para determinar a quién se necesita llegar y cómo. La diferencia entre planificar y no hacerlo es similar a la diferencia entre apuntar con un rifle a un blanco y simplemente disparar en cualquier dirección. Se podría alcanzar algo, pero las posibilidades de que sea el blanco son muy limitadas y posiblemente se causará mucho daño en el proceso.
- Un plan puede ser a largo plazo y ayudará a lograr notoriedad y mejorar, con el tiempo, la imagen de la iniciativa en la comunidad. Cada pieza del esfuerzo encaja con las demás piezas, el mensaje se mantiene consistente y se continúa llegando al público meta.
- Un plan hará que los esfuerzos para la comunicación sean más eficientes, efectivos y duraderos. Un plan es importante porque se

concentra en los pasos que se necesitan para alcanzar el objetivo final. Un esfuerzo planificado casi siempre es superior a un intento desorganizado y sin planificación.

- Un plan hace que todo sea sencillo. Si se le dedica algo de tiempo a la planificación al inicio de un esfuerzo, esto puede después ahorrar un tiempo considerable, ya que se sabrá exactamente qué se debe hacer en cada fase del proceso” (p.1).

Con relación al SIAGIE, se diseñó un plan de comunicaciones tomando en cuenta los factores y medios indispensables para establecer una comunicación fluida y permanente con los potenciales usuarios (autoridades del sector educación, directores, docentes y padres de familia con hijos en edad escolar). Se contó con el asesoramiento de un equipo multidisciplinario de profesionales, así también con recursos de una plataforma informática y recursos logísticos para el posicionamiento del aplicativo mencionado.

La planificación de múltiples actividades consideró el uso de estrategias comunicacionales convencionales y digitales. La difusión de los mensajes publicados se caracterizan por ser claros y precisos: Se logró establecer una comunicación fluida por medio de la plataforma, a su vez se aplicaron métodos de evaluación con relación a los resultados obtenidos de las actividades y estrategias utilizadas en el proceso de implementación del sistema en forma progresiva.

1.1.13 Estrategias de comunicación

Según Arellano (1998): “Una estrategia debe estar compuesta de dos lógicas, la informativa y la comunicativa. La función de la información en una estrategia consiste en difundir los acontecimientos y sucesos a partir de una selección de procedimientos en donde se encuentran involucrados los agentes de la organización, los medios de comunicación y los mensajes. Por su parte, la función de la comunicación se ubica en la intención de compartir o poner en común una situación, esto es entrar en un proceso de calibración donde existe la intención de generar marcos de referencias similares, entre los que emiten un mensaje y entre los que lo reciben. La intención de compartir una misma visión o modelo de acción-representación de la realidad es la finalidad de la

comunicación. Una estrategia comunicativa, al centrarse en un principio de interacción, de entendimiento participativo y de diálogo, tiene que utilizar todos los niveles y tipos de comunicación existentes, para hacerla funcionar operativamente”. (p.1)

Las estrategias de comunicación para la difusión del SIAGIE están diseñadas para comunicar de manera efectiva y cumplir con los objetivos marcados por el proyecto, todo bajo la responsabilidad de la Oficina de Informática. Del mismo modo, las estrategias de comunicación utilizadas consisten en una serie de actividades programadas y planificadas, bien definidas, las cuales enfatizarán los aspectos informativos y comunicativos del proyecto, mientras que la difusión de situaciones y sucesos serán emitidos con mensajes precisos.

La función de la comunicación será poner en conocimiento de los usuarios todas las situaciones en común relacionadas a la implementación del aplicativo informático, tomando en cuenta la finalidad de la información establecida por el equipo de trabajo.

Las estrategias comunicacionales tomarán en consideración los intereses y necesidades de la interacción humana (emisor – receptor) como un feedback predeterminado. Por lo tanto, el plan de comunicaciones del SIAGIE toma en cuenta todos los aspectos que deben estar bien determinados en su contenido, de este modo se podrá contar con una estrategia global para establecer una comunicación efectiva con el público usuario.

Pérez (2001) señala lo siguiente: “Una estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones sobre comunicación (tácticas) preparadas de antemano por el comunicador y su equipo para el logro de los objetivos asignados, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones de los otros jugadores (competidores, cooperadores), de sus audiencias (públicos-objetivo) y/o de la naturaleza (cambios de tendencias del entorno)” (p.552).

En efecto, las estrategias de comunicación para el proyecto SIAGIE contenidas en el plan de comunicaciones contaron con múltiples métodos y

acciones de comunicación, los cuales se ejecutaron en forma gradual y en concordancia con los objetivos del proyecto.

Todo estuvo provisto de recursos para responder a las expectativas y exigencias del público objetivo, con la implementación de soporte técnico y comunicacional a través de la plataforma y medios de comunicación convencionales: Se estableció una interacción y comunicación fluida y permanente con los usuarios, además las estrategias de comunicación aplicadas lograron con éxito la implantación del sistema.

Es importante destacar el nivel de satisfacción de los usuarios, quienes reconocen que a través de su involucramiento (en el proceso de implementación del SIAGIE) tuvieron la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos en sistemas de información y herramientas digitales de comunicación, saberes brindados en forma permanente en las etapas de institucionalización y sostenibilidad del proyecto.

1.1.14 Relaciones Públicas

Según Wilcox (2006): “Las relaciones públicas son un proceso, es decir, un conjunto de acciones, cambios o funciones que implican un resultado. Una forma común de describir este proceso, y de recordar sus elementos, consiste en usar las siglas IACE (RACE en inglés), acuñadas inicialmente por John Marston en su libro *The Nature of Public Relations*. Fundamentalmente, IACE significa que la actividad de relaciones públicas se compone de cuatro elementos clave:

- Investigación: ¿Cuál es el problema o la situación?
- Acción (planificación de un programa): ¿Qué se va hacer al respecto?
- Comunicación (ejecución): ¿Cómo se informará al público?
- Evaluación: ¿Se logró llegar al público? ¿Cuál fue el efecto?” (p.10).

Efectivamente, las relaciones públicas en las organizaciones son un proceso estructurado. En el caso del plan de comunicaciones del SIAGIE, el problema planteado en el marco lógico del proyecto, los objetivos y fines están considerados en una serie de acciones y actividades a desarrollar por el equipo de comunicaciones. Esto incluye las situaciones que demande este, tomando

en cuenta que la implementación del sistema demandará múltiples situaciones que surgirán durante el proceso de implantación del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE).

La etapa de planificación contempla la elaboración de un plan de comunicaciones sólido, integral, estructurado con un cronograma secuencial, con estrategias - canales de comunicación, recursos logísticos, tecnológicos y económicos suficientes para su ejecución.

Las estrategias y canales de comunicación son ejecutados a través de acciones que permiten obtener información sobre la comunicación que se establece con el público externo e interno de la organización. Esto implica analizar datos de las tendencias y valorar la información (por parte del equipo de comunicaciones del proyecto) con la finalidad de transmitir necesidades y recomendaciones a la jefatura de la Oficina de Informática. En suma, todas estas acciones lograrán establecer una comunicación fluida, eficaz y positiva con el público en relación a los objetivos del proyecto.

Castillo (2010) afirma que: “Las Relaciones Públicas son una actividad de comunicación que establece procesos de adaptación intra y extra con los públicos de la organización de una manera recíproca. Es decir, la organización permanentemente debe conocer qué le piden sus públicos, su entorno más inmediato para ir adaptándose a esas demandas. Para ello debe conocer a sus públicos e investigar sus necesidades y consecuentemente, establecer los cambios necesarios para una mejora de las relaciones mutuas” (p.61).

Las actividades de relaciones públicas establecidas por el proyecto SIAGIE (con el público externo) demandó la difusión masiva de información a través de estrategias comunicacionales convencionales y digitales. Cabe destacar esta última, dada la naturaleza del proyecto informático, para el cual se implementó un link del SIAGIE en el portal del Ministerio de Educación.

El link del SIAGIE es una dirección dedicada a publicar información digital del proyecto. Ofrece información al sector educación y público en general, sobre aspectos generales, normativos e información puntual respecto

al Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE).

Del tal modo, el público externo tiene acceso a esta plataforma y se establece la bidireccionalidad y multidireccionalidad de la comunicación digital, entre usuarios y operadores tecnológicos del sistema de la Oficina de Informática.

Cabe precisar que los profesionales del sector educación cuentan con usuarios para acceder a la interfaz del sistema, para recabar información, gestionar consultas sobre los procesos de registro de información y emitir documentos oficiales de las instituciones educativas desde el aplicativo.

1.1.15 Relaciones Públicas 2.0

Según Aced (2013): “Las empresas son digitales, lo quieran o no: Si ellas no participan en la red, otros hablarán por ellas. La tecnología tiene un papel clave en este nuevo contexto, pero es sólo una herramienta que, por sí sola, carece de valor. Lo verdaderamente importante es el uso que se le da. (Aced, 2010). Las herramientas 2.0 son un medio, nunca un fin. Lo importante es conocerlas, utilizarlas y aprovechar las nuevas oportunidades que ofrecen para los profesionales y para la empresa”. (p.71)

La estrategia comunicativa, adoptada por la Oficina de Informática del Ministerio de Educación, es proyectar una imagen alineada a políticas públicas educativas frente a la implementación del proyecto informático SIAGIE. Con este fin se estableció un equipo multidisciplinario de profesionales, entre ellos especialistas en comunicaciones.

En este nuevo contexto la tecnología tiene un papel clave para lograr implementar e institucionalizar el Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE). Las herramientas 2.0 utilizadas durante el proceso de implementación del proyecto representaron un desafío frente a la comunidad educativa (directores, docentes y personal administrativo) de instituciones educativas a nivel nacional por los limitados conocimientos en el uso de software y herramientas digitales.

El nuevo contexto comunicativo del proyecto contó con estrategias comunicacionales digitales básicas al inicio y progresivamente se complementaron con herramientas digitales más sofisticadas. Con este fin se desarrollaron actividades de inducción y capacitación presenciales y en línea sobre el uso del sistema y el link SIAGIE (comunicación corporativa del proyecto) con personal técnico informático previamente capacitado, quienes efectuaron la réplica respectiva a nivel nacional.

La difusión de la información digital permanente fue utilizada y aprovechada por la comunidad educativa en forma eficiente: Los tutoriales, folletos virtuales y publicaciones contribuyeron al involucramiento, generando una oportunidad en los usuarios del sistema en la adquisición de nuevos conocimientos en herramientas digitales 2.0.

La personalización del uso del sistema y contar con el apoyo permanente de una comunicación interactiva y personalizada establecida creó una actitud e interés por la adquisición de nuevos conocimientos en cultura y comunicación digital.

1.1.16 Relaciones Públicas estrategias y tácticas

Wilcox (2006) señala: “El explosivo crecimiento de Internet y de la World Wide Web ha creado una forma de comunicación de masas distinta a las hasta ahora conocidas. En 1990, Internet era un mero medio de intercambio de información científica. Hoy en día es una herramienta de comunicación global que utilizan millones de personas. [...] La utilización de las nuevas tecnologías es la tendencia dominante en el ámbito de las relaciones públicas”. (p.411)

En la actualidad la comunicación masiva en las organizaciones se realizan a través del Internet, en el que los usuarios intercambian información y mensajes mediante este medio desde cualquier punto del planeta. Los usuarios tienen la posibilidad de “navegar” y acceder a información masiva y de ocio, los cuales están disponibles en forma virtual y libre, pero obviamente la condición es que cuenten con acceso al Internet.

En este marco, la aplicación de políticas públicas del Estado (que impulsan el uso de recursos tecnológicos de información y comunicación en forma masiva en las instituciones y a nivel multisectorial) inician la implementación de un link especializado del proyecto SIAGIE, el cual surge de la necesidad de contar con información validada, confiable y en tiempo real, respecto a la disponibilidad de información sobre gestión educativa a nivel nacional.

La implementación del aplicativo informático del sector educación pone a disposición de miles de instituciones educativas del país un software educativo a través del cual se brinda información y acceso a los usuarios con textos, gráficos, fotografías, audio y sonido, lo que permite que millones de “cibernautas” o usuarios usen el sistema.

Por lo tanto, Internet es el nuevo método electrónico que con sus innovaciones están cambiando la comunicación de masas en general y proporcionando a la práctica de las relaciones públicas nuevas herramientas digitales. Lo fundamental de este servicio es el ser interactivo y ofrecer comunicación bidireccional con los responsables del componente comunicacional de la organización.

1.1.17 La comunicación desde la organización

Según Capriotti (2013): “Ya sean los mensajes voluntarios o involuntarios, los públicos reciben información desde la organización por medio de lo que ella hace y dice. Así, llamaremos Comunicación Corporativa a la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus Públicos. Es decir, la **Comunicación Corporativa** de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma. Esta comunicación se realiza por medio de:

- a) La Conducta Corporativa de la empresa, es decir, su actividad y comportamiento diario (lo que la empresa hace). Es el “Saber Hacer”.
- b) La Acción Comunicativa, es decir, sus acciones de comunicación propiamente dichas (lo que la empresa dice que hace). Es el “Hacer Saber”. (p.71)

Por lo anterior es prioritario el manejo adecuado de la comunicación en la organización, con relación al establecimiento de una conducta corporativa y al uso del total de recursos comunicacionales con los que se dispone. Para tal efecto, el proyecto SIAGIE contó con recursos tecnológicos de información y comunicación de última generación, así también con recursos logísticos suficientes para establecer una comunicación eficiente y eficaz con el público objetivo.

El equipo de trabajo, responsable de establecer labores en la Oficina de Informática, efectuó acciones comunicativas con un alto nivel de responsabilidad. Esto con la finalidad de construir una imagen positiva de la organización, esto tomando en cuenta la interacción comunicacional que se establece con el público que accede y recibe información respecto a las acciones que emprende la organización. Además, dentro de la actuación cotidiana se consideran la conducta interna, comercial e institucional. Todo esto se resume en la trasmisión de valores y principios de la organización, donde lo fundamental es generar confianza en los usuarios.

Se debe precisar que se asumió, en el quehacer cotidiano del equipo de trabajo, acciones comunicativas para la trasmisión de un conjunto de mensajes: Lo más importante es brindar información voluntaria y planificada, la misma que será utilizada como canal de comunicación para llegar al público usuario, y estos a su vez puedan disponer de dicha información.

La acción comunicativa debe ser vista con expectativa por parte de los usuarios, esto en cuanto ellos esperan un buen servicio por parte de la organización, ya que las expectativas se enlazan directamente con los deseos y necesidades del público y esto conlleva a un nivel de satisfacción con la organización. Por lo tanto, la acción comunicativa debe contar con un alto grado de correlación con la conducta corporativa para evitar desfases a nivel de expectativas. Así, es fundamental que la acción comunicativa tenga un alto grado de correlación con la conducta corporativa.

1.1.18 Comunicación corporativa en las organizaciones

Westphalen y Piñuel (1993) definen la comunicación externa como “El conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos

de una empresa o institución: O sea, tanto al gran público, directamente o a través de periodistas, como a sus proveedores, a sus accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, etc. Se opone a la comunicación interna, destinada al personal de una empresa u organización". (p.223)

La comunicación corporativa en las organizaciones está dirigida tanto al público externo e interno y los contenidos de la información que se establece varía. Por lo tanto, el departamento de relaciones públicas en las organizaciones debe contar con medios tradicionales y, en la web, el uso de estrategias y herramientas ofrecen grandes oportunidades en la comunicación corporativa.

Con relación a la comunicación externa (establecida en el proyecto SIAGIE) las estrategias comunicacionales utilizadas con mayor incidencia fue el uso de herramientas web, todo con la finalidad de mantener comunicación habitual que permita estrechar vínculos desde la Oficina de Informática con los usuarios. Cabe precisar que la difusión de la comunicación contó con el respaldo de estrategias convencionales tales como campañas, asesoramiento, ferias informativas, piezas publicitarias en físico y digital, merchandising, entre otros.

Las estrategias comunicacionales del SIAGIE tienen como objetivo crear y consolidar una imagen positiva del proyecto, propuesta por la Oficina de Informática, dirigidas tanto al público interno y externo de la organización. Por la naturaleza del proyecto (informático) se aplicó el criterio de pluralidad del mercado de la información para brindar un óptimo servicio de comunicación externa a los usuarios.

Por lo tanto, la comunicación externa del referido proyecto mostró al público objetivo un modo de oferta de parte del Ministerio de Educación, esto en relación a la adquisición de nuevos conocimientos de un sistema informático, Internet, redes sociales, entre otras herramientas comunicacionales a la comunidad educativa, todo en el proceso de implementación del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión Educativa (SIAGIE).

Toda entidad es política y debe, por una parte, terciar en la esfera pública para poner en común su idea al mundo y promover con ello su legitimidad. Por otro lado, ha de estar preparada para responder inmediatamente a cualquier exigencia social, aunque se deba a circunstancias inesperadas. En cuanto a lo descrito, el equipo multidisciplinario del proyecto trabajó en forma permanente durante el proceso de desarrollo del sistema con control, seguimiento, monitoreo y evaluación, respecto a la implementación del aplicativo y estrategias comunicacionales publicadas en el sitio web como en forma cuantitativa, cualitativa y estadística, todo con la finalidad de medir el impacto de la intervención.

Cabe precisar que se logró generar un vínculo de aceptación entre los públicos externos e interno de la organización. Del mismo modo esto ocurrió de parte de autoridades del Gobierno Central, las Instituciones Públicas y la comunidad educativa a nivel nacional. Se valora la implementación e institucionalización del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión Educativa (SIAGIE) por la calidad de información que brinda (validada, confiable y con disponibilidad en tiempo real) la cual es muy importante para la toma de decisiones por parte de las autoridades del sector en la asignación de recursos logísticos y presupuestales a miles de instituciones educativas a nivel nacional.

Se ha previsto estrategias de comunicación para la sostenibilidad del proyecto, las cuales se brinda en forma permanente a los usuarios del SIAGIE y el público vinculado a la gestión de documentos administrativos en instancias descentralizadas del sector. El call center está a cargo de la Oficina de Tecnologías de Información y Comunicación (OTIC), quienes brindan información permanente a los usuarios.

Finalmente, cabe destacar el resultado del proyecto como una experiencia exitosa en el sector educación, un aspecto importante de contribución a las políticas públicas determinadas en el sector en relación a la gestión y gasto público eficiente. Sobre todo a lo que refiere a la restitución e inclusión fundamental que otorga al ciudadano el derecho a la educación, señalados en Art. 2 de la Constitución Política del Estado. De esta manera el

Ministerio de Educación obtuvo sendos reconocimientos a nivel nacional e internacional por los resultados del proyecto durante el proceso de implementación e institucionalización del SIAGIE.

CAPÍTULO II

2. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL SECTOR EDUCACIÓN

2.1 Ministerio de Educación

El Ministerio de Educación es el órgano rector de políticas educativas nacionales y ejerce su rectoría a través de una coordinación y articulación intergubernamental con los Gobiernos Regionales y Locales, propiciando así mecanismos de diálogo y participación.

Los objetivos de la institución son generar oportunidades y resultados educativos de igual calidad para todos, garantizar que estudiantes e instituciones educativas logren sus aprendizajes pertinentes y de calidad; lograr una educación superior de calidad como factor favorable para el desarrollo y la competitividad nacional, así como promover una sociedad que educa a sus ciudadanos y los compromete con su comunidad. En el ámbito del docente esto se plasma al fortalecer capacidades para que los maestros ejerzan profesionalmente la docencia.

Entre sus funciones generales se encuentra definir, dirigir, regular y evaluar, en coordinación con los Gobiernos Regionales, la política educativa y pedagógica nacional y establecer políticas específicas de equidad; además debe formular, aprobar, ejecutar y evaluar, de manera concertada, el Proyecto Educativo Nacional y conducir el proceso de planificación de la educación.

El Ministerio de Educación también tiene funciones vinculadas a los diseños curriculares básicos de los niveles y modalidades del sistema educativo, programas nacionales dirigidos a estudiantes, directores y docentes, políticas relacionadas con el otorgamiento de becas y créditos educativos y los procesos de medición y evaluación de logros de aprendizaje.

2.1.1 Oficina de Informática

La Oficina de Informática (OFIN) del Ministerio de Educación tiene como objetivo establecer políticas, normas y estándares, así como conducir el uso de los recursos informáticos en el Sector Educación.

Funciones:

- a) Normar el establecimiento de la conectividad requerida entre las instancias de la Gestión Educativa Descentralizada.
- b) Elaborar, desarrollar, ejecutar, evaluar y mantener el Plan Estratégico Informático del Ministerio de Educación, en armonía con las políticas trazadas por la Alta Dirección en el Plan Estratégico Institucional.
- c) Asesorar y brindar asistencia técnica a la Alta Dirección, direcciones generales y oficinas del Ministerio de Educación en los temas relacionados a las Tecnologías de la Información y Comunicaciones.
- d) Contribuir a la formulación de las políticas, planes y proyectos del Ministerio de Educación referidos a la modernización de la gestión y estandarización de procesos para el desarrollo de sistemas de información y comunicaciones.
- e) Establecer los planes de contingencia necesarios para la seguridad de los procesos informáticos y la información del Ministerio de Educación, supervisando la existencia de los mismos en las Direcciones Regionales de Educación o los órganos que los suplanten y en las Unidades de Gestión Educativa Local.
- f) Administrar y supervisar la ejecución del portafolio de Proyectos de Tecnología de la Información y Comunicaciones institucionales del Ministerio de Educación.
- g) Cumplir y supervisar el acatamiento de las normas del Sistema Nacional de Informática en el Sector Educación, estableciendo los estándares para el desarrollo de sistemas, equipamiento de cómputo, comunicaciones y el uso de los recursos informáticos para la gestión institucional.
- h) Formular y proponer las políticas destinadas a estandarizar las herramientas informáticas, procesos y niveles de calidad de gestión, productos y servicios desarrollados por la Oficina de Informática.

- i) Administrar la base de datos institucional, estableciendo coordinaciones necesarias con las diversas direcciones generales y oficinas del Ministerio de Educación, Direcciones Regionales de Educación y las Unidades de Gestión Educativa Local al realizar el seguimiento para su permanente actualización.
- j) Establecer y operar un sistema de Base de Datos con la información pertinente para la planificación, investigación y monitoreo de la Educación.
- k) Fomentar y apoyar la capacitación en temas de informática para el personal de las Instancias de la Gestión Educativa Local.

2.1.2 Programa JUNTOS

El Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres (JUNTOS) fue creado el 07 de abril del 2005 (Decreto Supremo N ° 032-2005-PCM). Es un Programa de Transferencia Monetaria Condicionada que se inscribe dentro de la política social y lucha contra la pobreza del gobierno del Perú. Tiene por misión contribuir a la reducción de la pobreza y con ello romper la transmisión intergeneracional de la pobreza extrema, mediante la entrega de dinero en efectivo para incentivar el acceso a los servicios de Salud, Nutrición y Educación, mejorando así la capacidad de consumo de las familias beneficiarias. Todo ello bajo un enfoque de restitución de derechos básicos, con la participación organizada y la vigilancia de los actores sociales de la comunidad.

Es un Programa Social que concreta una iniciativa social humanitaria del Estado, dirigido a la población de mayor vulnerabilidad, en situación de extrema pobreza, riesgo y exclusión, que promueve el ejercicio de sus derechos fundamentales a través de la articulación de la oferta de servicios en salud, nutrición, educación e identidad.

2.1.3 Programa JUNTOS– Subsistema MINEDU

En relación al sector Educación, el Programa JUNTOS Subsistema MINEDU realiza dos acciones fundamentales:

- ✓ Promueve y garantiza el inicio oportuno de las labores escolares en las Instituciones Educativas del nivel primario y secundario, realiza el control de alumnos matriculados entre los 6 y 18 años de edad.
- ✓ Actúa para mejorar la calidad de los servicios educativos en el ámbito de intervención a través de la dotación de material educativo adicional que regularmente distribuye el Ministerio de Educación, como contribución del Programa JUNTOS para los hijos e hijas de las familias beneficiarias. Con la finalidad de elevar la calidad de las actividades de enseñanza - aprendizaje a través de la orientación a los docentes de las escuelas en las zonas de intervención en Gestión Educativa.

Es importante mencionar que en el proceso de articulación están presentes el Banco de la Nación, el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC) y el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). El Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres (JUNTOS) inició su intervención en las 4 primeras regiones de Ayacucho, Apurímac, Huancavelica y Huánuco, de un total de 638 distritos de las catorce regiones de Ayacucho, Apurímac, Ancash, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Junín, La Libertad, Puno, Cuzco, Pasco, Piura, Loreto y Amazonas.

El Programa JUNTOS subsistema MINEDU se inscribe bajo el amparo de los siguientes dispositivos legales:

- ✓ Ley N° 28044, Ley General de Educación.
- ✓ Ley N° 25762, Ley Orgánica del Ministerio de Educación; modificada por Ley N° 26510 y Decreto Supremo N° 006-2006-Educación Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación.
- ✓ Decreto Supremo N° 007-2001-ED, Norma para la gestión y desarrollo de las actividades en los centros y programas educativos.
- ✓ Ley N° 27658, Ley marco de Modernización de la gestión del Estado.
- ✓ Ley N° 27783, Ley Bases de la Descentralización.
- ✓ Decreto Supremo N° 021-2003-ED, de la Emergencia del Sistema educativo.

- ✓ Ley N° 28562, Ley que autoriza crédito suplementario en el presupuesto del sector público para el año fiscal 2005, artículo 13.2
- ✓ Decreto Supremo N° 032-2005-PCM, Modificado por el Decreto Supremo N° 069-2005-PCM, que crea el Programa Nacional de Apoyo directo a los Más pobres – “JUNTOS” adscrito a la PCM, a través de la Comisión Interministerial de Asuntos Sociales – CIAS.

Los componentes de intervención en políticas públicas, sociales y educativas denotan, que el establecimiento de una articulación inter sectorial con propuestas determinadas y bien definidas en el marco lógico, la asignación de recursos humanos y financieros suficientes, contribuyen a una gestión eficiente y eficaz, con el logro de resultados de alto impacto y satisfacción en los beneficiarios directos e indirectos del proyecto.

2.1.4 Programa JUNTOS - Becas VRAE

El marco del Decreto de Urgencia N° 094-2009, que aprueba las “Disposiciones iniciales para viabilizar y facilitar la intervención de los Programas Sociales y otras entidades en la Zona del VRAE”, establece el incentivo a la formación de capital humano en Educación Secundaria para los hogares beneficiarios del Programa JUNTOS, así como por tercio superior en Educación Secundaria.

La Oficina de Informática del Ministerio de Educación realizará la difusión y comunicación del objetivo de la intervención mediante estrategias comunicacionales, brindará asistencia en el uso del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE) en su versión 1.3 a docentes de las instituciones educativas y realizará charlas de sensibilización a los padres de familia.

Efectuará verificaciones in situ mediante el monitoreo periódico a la calidad de información relevada respecto a las calificaciones del tercio superior de estudiantes del nivel secundario del VRAE, para el procesamiento de datos en el sistema SIAGIE y posterior selección a las BECAS VRAE, oferta a la que acceden también los hijos de las familias beneficiarias del Programa JUNTOS de las regiones Junín, Huancavelica, Ayacucho y Cusco durante el periodo 2010.



Figura 1. Programa JUNTOS
MINEDU (2012)

2.1.5 Componente Mejora de la Eficiencia de la Gestión Educativa (CMEGE)

El Componente Mejora de la Eficiencia de la Gestión Educativa (CMEGE) del Programa JUNTOS Subsistema MINEDU, desarrolló diversas acciones en las Regiones de Apurímac, Puno, La Libertad, Ancash, Cajamarca, Junín, Huancavelica, Huánuco y Ayacucho, ámbitos de intervención del Programa JUNTOS.

Con el propósito de mejorar la calidad del servicio educativo en estas regiones, este componente tiene como finalidad contribuir a la matrícula oportuna de los alumnos de las instituciones educativas rurales para así superar las brechas de exclusión de este derecho fundamental, debido a que son familias pertenecientes al 1º y 2º quintil de pobreza y pobreza extrema.

Por lo tanto, el Componente Mejora de la Eficiencia de la Gestión Educativa, mediante las acciones de intervención, contribuye al logro de resultados en la población beneficiaria, brindando oportunidad a los padres y madres de familia de matricular a todos sus hijos e hijas en el año académico que les corresponda estudiar. En este sentido, la Oficina de Informática del Ministerio de Educación gestiona y adapta el aplicativo

informático de acuerdo a las necesidades de los usuarios y características de las instituciones educativas.

2.1.6 Articulación intersectorial

Evidenciar que el nivel de coordinación intersectorial, gobierno central (PCM), Programa JUNTOS, Ministerio de Educación (MINEDU), Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) son decisivos para la toma de decisiones en la ejecución de programas o proyectos de envergadura nacional.

Así también la articulación de acciones al interior del Ministerio de Educación, desde la Alta Dirección, Secretaría de Planificación Estratégica, Oficina de Informática y Estadística es sumamente importante para la concreción de proyectos y programas en el país.

Cabe destacar que el conjunto de acciones realizadas se resume en una implementación exitosa en la gestión de políticas públicas intersectoriales realizadas en el país a raíz del compromiso asumido entre el Programa JUNTOS y el Ministerio de Educación.

2.1.7 Sistema de Información de Apoyo a la Gestión Educativa (SIAGIE)

El Sistema SIAGIE es una herramienta informática destinada a facilitar la labor administrativa en la Institución Educativa, mediante el cual se registra la información relevante de la institución educativa, teniendo como eje central al estudiante. (SIAGIE: 2015).

El Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa (SIAGIE) es un sistema web, desarrollado por la Oficina de Informática del Ministerio de Educación, para ser utilizado por los directores y docentes de las instituciones educativas e instancias de Gestión Educativa Local a nivel nacional.

EL SIAGIE cuenta con módulos que permiten hacer el seguimiento y monitoreo de la matrícula oportuna, asistencia y evaluación de los estudiantes de las IIEE. EL módulo está destinado a facilitar la interacción entre las instancias del UGEL, DRE y MINEDU. Es de fácil manejo y administración. Este sistema apoya los procesos administrativos, generando información base de estudiantes a partir de los cuales se podrán generar

Fichas Únicas de Matrícula, Listas de Estudiantes, Reportes de Inasistencias, Registros de Evaluación, Boletas de Notas, Actas de Evaluación Finales y de Recuperación.

El sistema también permite registrar información de la institución educativa: Director /docente (nombre, código modular, nivel, información básica de escalafón), aulas, grados (en función a los niveles educativos de la modalidad de educación Básica Regular), secciones (por cada grado el número de la población educativa), periodos de evaluación (según el plan de estudios) y del estudiante (código del educando que lo identifica en el sistema educativo desde primaria y lugar de nacimiento), fecha (del período escolar), pertenencia o no al Programa JUNTOS (está acondicionado a recibir esa información), información de sus padres o apoderados (nombres, DNI, dirección de la vivienda), información de asistencia a clases y de evaluaciones.

Adicionalmente se podrá contar con el registro del personal docente que labora en la Institución Educativa y que tendrá la responsabilidad de registrar las asignaturas a su cargo, el control de la infraestructura y los recursos con los que trabaja la Institución Educativa a través de la formación de Redes Educativas.



Figura 2. Infografía SIAGIE

Fuente: <http://es.calameo.com/books/0027400514e9aa56ed167>, Año 2013

2.1.8 Rol del comunicador social

La experiencia profesional desarrollada como Coordinadora Nacional en Comunicación Social del proyecto SIAGIE, entre los períodos del año 2008 – 2013, tiene el propósito de brindar aportes y directrices a los futuros profesionales en Ciencias de la Comunicación respecto a la *“Importancia de*

estrategias comunicacionales y el uso de nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs) en el proceso de implementación e institucionalización del SIAGIE”.

El proyecto se efectuó con un equipo de profesionales altamente calificados (Ingenieros de Sistemas, Administradores, Comunicador Social, Antropólogo, Educadores, Diseñador Gráfico, Técnicos en Computación e Informática, Asistentes Administrativos, entre otros). Todos expertos en el desarrollo e implementación en gestión procesos de sistemas de información y comunicación, logrando la implantación del aplicativo informático SIAGIE con la difusión masiva y permanente de estrategias comunicacionales para el posicionamiento del SIAGIE a nivel nacional.

Por lo que, cabe destacar que el nivel de coordinación con el equipo de trabajo es clave, para establecer la importancia de la Comunicación, Marketing Gubernamental y su aplicación en el Sector Educación con el objetivo de lograr la meta propuesta por el proyecto.

Así también lo es el definir las líneas de intervención, estrategias comunicacionales a utilizar, producción de la línea gráfica, herramientas comunicacionales, plan de medios y formulación de lineamientos de política en comunicación para el Ministerio de Educación, los cuales requieren de un consenso para lograr una movilización nacional en torno al proyecto.

El comunicador social en un proyecto es fundamental, es responsable de dinamizar la comunicación interna y externa, tanto con el equipo de trabajo en la sede central y el público objetivo del proyecto a quienes van dirigidos los contenidos de las estrategias comunicacionales, tanto en versión física y digital.

La experiencia del Comunicador Social en la elaboración del Plan de Comunicaciones en proyectos y programas es imprescindible. Así también, el diseño y ejecución de acciones estratégicas en la gestión de ATL, BTL, Centro de Atención al Usuario (CALL CENTER), gestión de procesos administrativos y logísticos permiten establecer un alto nivel de articulación y

sinergia con instancias de los gobiernos sub nacionales y sectoriales del país.

2.1.9 Plan de comunicaciones

El plan de comunicaciones contempla la planificación, ejecución, presupuesto y evaluación permanente de las actividades a ser desarrolladas en las fases de intervención, implementación e institucionalización del proyecto SIAGIE. Esto incluye la canalización y difusión de información a través de diversos medios de comunicación son indispensables.

Se tomó en cuenta el diseño del material gráfico publicitario, los contenidos en versión física o digital, así también la elaboración de instrumentos y herramientas para su posterior análisis y sistematización, acordes a las necesidades que demanda el proyecto.

Finalmente, mostrar los resultados obtenidos en forma cualitativa, cuantitativa y estadística, para medir el impacto de las estrategias comunicacionales, capacitación, procedimientos de monitoreo, seguimiento y evaluación, a través del sistema en cuanto a los reportes ONLINE que permiten medir el avance físico del proyecto y la recurrencia de consultas y absoluciones por parte de los usuarios.

3. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

3.1 Primera Etapa (Períodos 2008- 2010)

Esta etapa da inicio a la intervención del proyecto debido a que se cuenta con la primera versión Web 1.3 del aplicativo SIAGIE desarrollado en PHP, el mismo que contaba con una Base de Datos centralizada en el Ministerio de Educación y que tuvo vigencia hasta el año 2010.

La necesidad de contar con información en línea sobre los datos específicos de los estudiantes, hijos de las familias beneficiarias del programa JUNTOS, planteó un desafío a la Oficina de Informática del Ministerio de Educación para el desarrollo de una nueva versión Web del aplicativo, el

mismo que tomó vigencia en el marco del convenio inter-institucional suscrito y en razón a la lógica de inversión de presupuestos de costo-beneficio.

Por lo tanto, el registro de información en el aplicativo informático SIAGIE tiene el objetivo de mostrar reportes con datos reales de los estudiantes, información sincerada y confiable, para medir el impacto real de los beneficios en torno a la matrícula oportuna, asistencia escolar y registro de evaluaciones de los estudiantes en 638 distritos focalizados por el Programa JUNTOS, con instituciones educativas del nivel inicial, primaria y secundaria. Adicionalmente para contar con información de estudiantes del nivel secundario ubicados en el tercio superior para el estímulo y otorgamiento de las Becas VRAE.

Con relación a este planteamiento, desde el área de comunicaciones, se optó por utilizar estrategias comunicacionales abocadas a la publicidad ATL y relaciones públicas, banners, piezas publicitarias, merchandising, correo electrónico, llamadas telefónicas, ferias informativas, charlas de sensibilización, distribución de manual de usuario del SIAGIE, fichas técnicas de monitoreo en físico, los cuales permitieron recabar información in situ, insumos básicos para los ajustes necesarios en estrategias de comunicación aplicadas en campo.

Se contó con el respaldo permanente de capacitación y asesoramiento desde la sede central y equipo de campo, el cual fue asignado en regiones (Supervisores/Asistentes Educativos) conformando así un equipo técnico entrenado por especialistas de la Oficina de Informática del Ministerio de Educación.

Cabe señalar que el equipo de campo realizó diversas actividades a nivel de las DRE, UGEL, Redes Educativas Rurales e Instituciones Educativas focalizadas por el programa JUNTOS. A su vez, aplicó estrategias comunicacionales básicas y localizadas en 16 Redes Educativas Rurales (Pilotos), con PPT y folletos para la difusión de los objetivos del Componente Mejora de la Eficiencia de la Gestión Educativa (CMEGE).

El proceso de inducción en el uso de las TIC, redes sociales, entre otros recursos, fueron adaptándose a la realidad de los servicios existentes en cada lugar, tomando en cuenta que el Programa JUNTOS interviene en zonas

rurales de pobreza y pobreza extrema, donde la mayoría de lugares carecen de servicios básicos, la electricidad, telefonía e internet son limitados.

3.2 Actividades y Canales de Relaciones Públicas

A. TALLER DE CAPACITACIÓN SIAGIE A NIVEL (NACIONAL)

Tabla 1. *Número de participantes que concluyeron capacitación en el SIAGIE
Periodos 2008-2010*

AÑOS	META PROGRAMADA	META ALCANZADA
2008	101	101
2009	111	111
2010	128	126

Fuente: Oficina de Informática- MINEDU/2010

LOGROS:

- Se logró ejecutar el 100% de talleres de capacitación (02 módulos anuales) programados por la Oficina de Informática entre los periodos 2008-2010.
- Un promedio de 125 participantes en la primera etapa de intervención del proyecto fueron capacitados en el uso del aplicativo SIAGIE.
- Los contenidos, manejo temático y dinámicas utilizadas en los talleres de los módulos entre el periodo 2008 al 2010 lograron crear un ambiente de relación interpersonal de confianza entre los participantes, trabajo en equipo, liderazgo y cooperación en el propósito de afianzar sus conocimientos en el aplicativo SIAGIE y estrategias comunicacionales establecidas por la Oficina de Informática.
- Se hizo entrega de chalecos tácticos de identificación.
- Entrega de Manual de uso del SIAGIE.
- Entrega de Manual para Padres de Familia.
- Entrega de logos para la elaboración de banners publicitarios.

- Entrega de instrumentos y herramientas para aplicar y relevar información.

B. TALLERES DE RÉPLICA (9 REGIONES)

Tabla 2. Número de Directores de Instituciones Educativas que concluyeron capacitación en el SIAGIE en 9 regiones del país, Periodos 2008-2010.

PERIODOS	META PROGRAMADA	META ALCANZADA
2008-2010	5,321	5,268

Fuente: Oficina de Informática- MINEDU/2010

LOGROS:

- Los talleres de capacitación y fortalecimiento de capacidades en SIAGIE se realizaron en el Centro de Convenciones “Huampaní” y otras sedes.
- Se logró ejecutar el 100% de talleres de capacitación en la modalidad de réplica (02 módulos anuales), en 9 regiones del país entre los periodos 2008-2010.
- Un total de 5,268 directores de instituciones educativas participantes fueron capacitados en el uso y manejo del aplicativo SIAGIE.
- Los talleres de los 02 módulos anuales entre el periodo 2008 al 2010, lograron crear un ambiente de relación interpersonal de confianza entre los participantes.
- Entrega de Manual de uso del SIAGIE.
- Entrega de Manual para Padres de Familia.
- Se brindó una asesoría diferenciada a directores de instituciones educativas del VRAE para el relevamiento de información del tercio superior de un promedio de 31,000 estudiantes del nivel secundaria, esto con el fin de otorgar el beneficio de Becas VRAE a los hijos de las familias del Programa JUNTOS.



PUNO



HUANUCO



AYACUCHO



APURIMAC



CERRO DE PASCO



CAJAMARCA

Figura 3. Talleres de capacitación en regiones (1ª etapa)
Fuente: Elaboración propia.

C. MANUAL DE USO SIAGIE (ONLINE)

- El Manual de uso del SIAGIE, documento instructivo en versión v2.0, disponible en la web para los usuarios.



Figura 4. SIAGIE Versión 2.0 (1ª ETAPA)

Fuente: http://sistemas07.minedu.gob.pe/siagie2_1.3/Logo.aspx Año 2010.

D. CORREO ELECTRÓNICO

- El correo electrónico es el canal de comunicación más utilizado por los usuarios del SIAGIE. Creado en forma corporativa, por tipo de función y responsabilidad de los usuarios, en las instancias descentralizadas del sector y sede central.
- El flujo de información inicialmente estuvo dirigido al equipo de Asistentes Educativos, Especialistas de DRE, UGEL y Coordinadores de Redes Educativas Rurales, quienes lograron adoptar en su trabajo diario el uso del correo electrónico corporativo.

Modelo de correo electrónico

SOBRE ENCUENTRO LIMA

FANY BARRIENTOS SANCHEZ <fbarrientoss@yahoo.es>

Para fhermoza.cmege@hotmail.com earlaron.cmege@hotmail.com ruth.cmege@hotmail.com,
fapaza.cmege@hotmail.com waldir.cmege@hotmail.com, rcalsin.cmege@hotmail.com
yicona.cmege@hotmail.com bbailon.cmege@hotmail.com rvelasquez.cmege@hotmail.com
igranica.cmege@hotmail.com iespinoza.cmege@hotmail.com msanchez.cmege@hotmail.com

03/04/10 a las 12:02 PM

Estimados Asistentes Educativos:

Les escribo para poner de su conocimiento sobre su participación en el "ENCUENTRO INTER REGIONAL PARA LA UNIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS EN REDES EDUCATIVAS RURALES, COMPONENTE MEJORA DE LA EFICIENCIA DE LA GESTIÓN EDUCATIVA, SUBSISTEMA MINEDU DEL PROGRAMA JUNTOS",

El cual iniciará el día domingo 7 a las 12.00 a.m. con la llegada al lugar donde se realizara el encuentro (inicia con el almuerzo y prosigue por toda la semana hasta el viernes 7. 00 p.m.)

Lugar del encuentro: CENTRO CHAMPAGNAT

Dirección: Av. Mariscal Castilla N° 1291 Surco, referencia, altura del Óvalo Higuiereta.

Traer todos los documentos, fichas solicitadas, actas suscritas para su revisión de avance del trabajo realizado por el ASISTENTE EDUCATIVO en las IIEE, UGEL, DRE, Coordinador de Red, Municipio.

A la espera de sus consultas,

Coordinadora

E. FERIAS INFORMATIVAS

- La activación de ferias informativas en regiones logró informar sobre las estrategias utilizadas durante la intervención.
- Distribución de material promocional del programa JUNTOS-MINEDU.
- Reportes estadísticos obtenidos en matriculas, asistencia y evaluación de los estudiantes en instituciones educativas focalizadas.
- Mostrar implementación con equipos informáticos en Redes Educativas Rurales en regiones.

CAMPAÑA: FERIAS INFORMATIVAS JUNTOS/MINEDU

Tabla 3. Número de Direcciones/Gerencias Regionales de Educación en las que se realizaron Ferias Informativas en la primera etapa, Periodos 2008-2010

PERIODOS	META PROGRAMADA	META ALCANZADA
2008-2010	9	9

Fuente: Oficina de Informática- MINEDU/2010

LOGROS:

- Se logró ejecutar el 100% de Ferias Informativas en 9 regiones del país, logrando consolidar la intervención en la primera etapa que corresponde al convenio marco del Programa JUNTOS y el Ministerio de Educación.
- 100% de Direcciones o Gerencias Regionales y Unidades de Gestión Educativa Local de Educación comprometidos e involucrados con el proyecto.
- Piloto de 16 Redes Educativas Rurales en 9 regiones, implementados, capacitados y sensibilizados adoptan la intervención en forma satisfactoria.



Figura 5. Ferias informativas JUNTOS/MINEDU
Fuente: Elaboración propia.

F. CHARLAS DE SENSIBILIZACIÓN

- Se realizó charlas de sensibilización dirigidas a autoridades locales, comunales, representantes de APAFA, padres de familia y estudiantes en cada institución educativa focalizada por el Programa JUNTOS.
- Los temas abordados fueron respecto al derecho a la educación, la responsabilidad de los padres y madres de familia sobre la matrícula, asistencia e importancia de la educación de sus hijos.
- Se hizo uso de la lengua materna (quechua, aimara, lenguas y dialectos), acorde al contexto bilingüe de la población andina y comunidades nativas de la selva.

CAMPAÑA: CHARLAS DE SENSIBILIZACIÓN

Tabla 4. Número de Instituciones Educativas que participaron en charlas de sensibilización en 9 regiones del país, Periodos 2008-2010

PERIODOS	META PROGRAMADA	META ALCANZADA
2008-2010	5,321	5,312

Fuente: Oficina de Informática- MINEDU/2010

LOGROS:

- Se logró ejecutar charlas de sensibilización programadas en 5,268 Instituciones Educativas de 9 regiones del país.
- 100% de Directores, profesores, personal administrativo, APAFA y padres de familia sensibilizados sobre la importancia de la educación para sus hijos.
- Se utilizó 8 lenguas maternas o dialectos en los contextos de Instituciones Educativas de Educación Intercultural Bilingüe.
- Se entregó 5,268 Manuales para Padres de Familia, a Directores de Instituciones Educativas, como material pedagógico y de gestión para la comunidad educativa.



Charlas de sensibilización dirigidos a estudiantes, padres y madres de familia, APAFA, Directores y docentes de instituciones educativas en 9 regiones del país, respecto a la importancia de la educación.

Figura 6. Charlas de sensibilización en comunidades rurales y nativas
Fuente: Elaboración propia

G. PUBLICIDAD ATL

- Banners para reforzar la campaña publicitaria y difusión del SIAGIE en las sedes de las Direcciones Regionales, Unidades de Gestión Educativa y Redes Educativas Rurales.
- Roll Screen, en talleres y ferias informativas.



Figura 7. Banner Publicitario
Fuente: Elaboración propia



Figura 8. Banner Publicitario
Fuente: Elaboración propia.

H. IDENTIDAD

- Se dotó chalecos tácticos de identificación color azul, con logos del programa JUNTOS y MINEDU.

I. MANUAL DE USO SIAGIE (IMPRESO)

- Manual de uso del SIAGIE impreso, auspiciados por algunas Direcciones Regionales y Unidades de Gestión Educativa Local.

J. MANUAL PARA PADRES DE FAMILIA -PROGRAMA JUNTOS

- Se elaboró el “Manual para padres de familia” que aborda temas sobre el derecho a la educación, la responsabilidad de los padres y madres de familia con relación a la matrícula, asistencia e importancia de la educación de sus hijos.

K. RADIO LOCAL Y COMUNAL (PROGRAMAS EDUCATIVOS)

- Entrega de formatos estandarizados para difusión de comunicados a través de emisoras locales, comunales y espacios informativos (impulsados por la DRE o UGEL) dirigidos a la comunidad educativa.

Mención de algunas emisoras:

- Radio Onda Azul, (Puno), 840 AM, UGEL Puno.
- Radio La Decana, (Azángaro-Puno), 1300 AM – 90.9 FM, Of. RR.PP e Imagen Institucional, UGEL Azángaro.
- Radio La Salle, (Cusco), 700 AM-91.7 FM, UGEL Urubamba.
- Radio Revolución (Junín), 105.7 FM, UGEL Satipo.
- Radio Estación Solar (Apurímac), 103.3 FM, UGEL Abancay.

Los resultados obtenidos en la primera etapa son significativos. La aplicación de estrategias comunicacionales (con técnicas de marketing diversificadas) permite dinamizar la información, impulsar y promocionar las actividades previstas en el plan de comunicaciones con el propósito de lograr los objetivos del SIAGIE.

4. SEGUNDA ETAPA (Períodos 2011- 2013)

La segunda etapa correspondió al proceso de expansión e institucionalización del SIAGIE a nivel nacional; etapa que planteó grandes retos al equipo del proyecto, tanto en el aspecto de implementación de la arquitectura del software educativo en su versión online v2.0 SIAGIE y su transición a la versión 3.0. Esto con énfasis en estrategias comunicacionales a ser utilizadas, con el objetivo de transmitir mensajes y contenidos a miles de usuarios del sistema SIAGIE en el ámbito nacional.

Asumir funciones como Coordinadora Nacional en Comunicación Social del proyecto representa un desafío, sin embargo, la experiencia adquirida en la primera etapa del proyecto, representa una fortaleza para la continuidad de la intervención entre los períodos 2011-2013. El mismo que cuenta con materiales e insumos comunicacionales.

La elaboración y ejecución del Plan de Comunicaciones en cuanto al servicio de soporte funcional sobre el uso del SIAGIE en su versión v3.0, material publicitario y promocional, dirigidos a usuarios internos y externos del sistema; en 25 regiones del país, generó una gran despliegue de actividades.

Se efectuaron reuniones técnicas con diversos equipos de trabajo, para unificar y determinar criterios con la finalidad de establecer aspectos generales y específicos del proyecto con relación a estrategias comunicacionales a ser utilizados, cuyo fin será ampliar la difusión del proyecto SIAGIE.

Los constantes cambios en el proceso de desarrollo de la nueva versión web del aplicativo informático demandaron adaptaciones e innovación permanente en el uso de nuevas estrategias comunicacionales vía ONLINE. En esta etapa se utilizó con mayor frecuencia la publicación de material gráfico digitalizado a través de la plataforma, soporte técnico desde MESA DE AYUDA (Help Desk), lo que permitió establecer una comunicación fluida con los usuarios. Reforzados por la distribución de merchandising, artículos de promoción que apoya al posicionamiento del proyecto.

En menor medida la estrategia ATL (Above the Line), difusión de comunicados a través de las emisoras locales en las regiones, distribución de

manuales del SIAGIE y folletos en físico en algunas regiones. Publicación de cuatro artículos periodísticos.

4.1 Proceso de institucionalización del SIAGIE

Debido a los resultados significativos logrados en la primera etapa de intervención del proyecto, la Alta Dirección del Ministerio de Educación tomó la decisión de ampliar la cobertura del proceso de implementación del aplicativo informático SIAGIE a nivel nacional. El objetivo se centró en el propósito de universalizar y finalmente institucionalizar el uso del SIAGIE en todas las instituciones educativas públicas y privadas del país.

Para tal efecto, se publicó la Directiva N° 014-2012-MINEDU/VMGP “Normas y Orientaciones para el Desarrollo del Año Escolar 2013” aprobada por R.M. N°0431-2012-ED, para su aplicación en las instancias descentralizadas del sector educación en el país.

BASE LEGAL

De acuerdo a lo dispuesto en la Directiva N° 014-2012-MINEDU/VMGP – “Normas y Orientaciones para el Desarrollo del Año Escolar 2013” aprobada por R.M. N° 0431-2012-ED, el SIAGIE representa una herramienta informática para la gestión de las instituciones educativas que permite la emisión de nóminas de matrícula y actas consolidadas de evaluación, cuyo alcance funcional principal es el registro de estudiantes, matrículas y evaluaciones; con ello el Sector contará con la Base de Datos Nacional de Estudiantes como apoyo a la toma de decisiones. El uso del SIAGIE es obligatorio para la emisión de nóminas, fichas y actas.



Resolución Ministerial No. 431-2012-ED

Lima, 05 MAR. 2012

CONSIDERANDO:

Que, La Ley General de Educación, Ley N° 28044, tiene por objeto establecer los lineamientos generales de la educación y del Sistema Educativo Peruano, las atribuciones y obligaciones del Estado y los derechos y responsabilidades de las personas y la sociedad en su función educadora; eje todas las actividades educativas realizadas dentro del territorio nacional, desarrolladas por personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras;

Que, de conformidad con el artículo 79 de la referida Ley en concordancia con el artículo 5 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2012-ED, el Ministerio de Educación es el órgano de Gobierno Nacional que tiene por finalidad definir, dirigir y articular la política de educación, ciencia y tecnología, cultura, recreación y deporte, en concordancia con la política general del Estado;

Que, asimismo, el artículo 80 de la referida Ley señala entre otras funciones del Ministerio de Educación, definir, dirigir, regular y evaluar, en coordinación con las regiones, la política educativa y pedagógica nacional y establecer políticas específicas de equidad;

Que, las actividades educativas en el Año Escolar 2013 deben desarrollarse dentro del marco establecido en la Ley N° 28044, Ley General de Educación y sus modificatorias, así como del Sistema Educativo Descentralizado;

De conformidad con la Ley N° 28044, Ley General de Educación y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 011-2012-ED, y, el Decreto Supremo N° 006-2012-ED que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) y el Cuadro para Asignación de Personal (CAP) del Ministerio de Educación;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar la Directiva N° 016-2012-MINEDU/MGP denominada "Normas y Orientaciones para el Desarrollo del Año Escolar 2013 en la Educación Básica", la misma que como anexo, forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disponer que la Oficina de Prensa publique la Directiva aprobada en el artículo precedente, en el Portal Institucional del Ministerio de Educación <http://www.minedu.gob.pe/transparentidad/>

Regístrense, comuníquense y publíquense.


PATRICIA BALAS O'BRIEN
Ministra de Educación

Figura 9. Resolución ministerial
Fuente: www.minedu.gob.pe, Año 2012

4.2 Actividades y Canales de Relaciones Públicas

A. IDENTIDAD SIAGIE

- El logo SIAGIE fue estandarizado, se explotó su aplicación en todas las piezas publicitarias físicas y digitales, en la plataforma del aplicativo informático y el portal del Ministerio de Educación.
- Se logró la institucionalización de la línea gráfica del SIAGIE.



Figura 10. Línea Gráfica – SIAGIE

Fuente: <http://siagie.minedu.gob.pe/descargas/>, Año 2013.

B. TALLER DE CAPACITACIÓN SIAGIE A NIVEL (NACIONAL)

Tabla 5. Número de participantes que concluyeron capacitación y fortalecimiento de capacidades en el uso y manejo del SIAGIE, Periodos 2011-2013.

AÑO	META PROGRAMADA	META ALCANZADA
2011	138	135
2012	196	192
2013	497	494

Fuente: Oficina de Informática - MINEDU/2013.

LOGROS:

- Los talleres de capacitación y fortalecimiento de capacidades en SIAGIE se realizaron en el Centro de Convenciones “Huampaní” y otras sedes.
- Se logró ejecutar el 100% de talleres de capacitación (02 módulos anuales) programados por la Oficina de Informática entre los periodos 2011-2013.
- En la segunda etapa, 734 participantes se capacitaron en el uso y manejo del SIAGIE v3.0.
- Los contenidos, manejo temático y dinámicas utilizadas en los talleres de los módulos hasta el 2013 lograron crear un ambiente de relación interpersonal de confianza entre los participantes, trabajo en equipo, liderazgo y cooperación en el propósito de afianzar sus conocimientos en el aplicativo SIAGIE y estrategias comunicacionales establecidas por la Oficina de Informática.
- Se hizo entrega de material publicitario, merchandising y folletería SIAGIE a especialistas SIAGIE en 25 regiones del país.
- Capacitación para el acceso al Manual de uso SIAGIE ONLINE.
- Entrega de instrumentos y herramientas para aplicar, relevar y sistematizar información respecto a las actividades a realizar en las regiones.

- 100% especialistas SIAGIE DRE/UGEL, de 25 regiones capacitados y sensibilizados para difundir la intervención y lograr el posicionamiento el proyecto.
- Desde la Oficina de Informática se brindó información permanente, tanto al equipo de campo y a los usuarios, con soporte técnico y adaptación de estrategias comunicacionales acordes a la implementación del aplicativo, para afianzar los conocimientos de los usuarios en nuevas herramientas informáticas y de comunicación.

C. TALLERES DE RÉPLICA (25 REGIONES)

Tabla 6. Número de Directores de Instituciones Educativas que concluyeron capacitación en el SIAGIE en 25 regiones del país, Periodos 2011-2013

PERIODOS	META PROGRAMADA	META ALCANZADA
2011-2013	94,312	93,124

Fuente: Oficina de Informática- MINEDU/2013.

LOGROS:

- Se logró ejecutar el 100% de talleres de capacitación en la modalidad de réplica (02 módulos anuales), en 25 regiones del país entre los periodos 2011-2013.
- Un total de 93,124 directores de instituciones educativas públicas y privadas participantes fueron capacitados en el uso y manejo del aplicativo SIAGIE.
- 450 directores de la Red Educativa Sur Oriente del Perú, (RESOP), administradas por el Vicariato de Puerto Maldonado, UGEL Manu, Madre de Dios y en zonas de frontera.

D.MANUAL DE USO SIAGIE (ONLINE) v3.0

- Manual de uso del SIAGIE, es un documento instructivo en versión Online, disponible en la web para los usuarios.



Figura 11. Manual del SIAGIE ONLINE v3.0

Fuente:<https://image.slidesharecdn.com/manualdeusuariosiagie3completo-120605221550-phpapp01/95/manual-de-usuario-siagie-3-completo-1-728.jpg?cb=1338934754>

Tabla 7. Número de Instituciones Educativas que registraron en el SIAGIE en 25 regiones, Periodos 2011-2013

AÑO	N° IE REGISTRADOS EN SIAGIE
2011	51, 211
2012	68,091
2013	93,194

Fuente: Oficina de Informática- MINEDU/2013

LOGROS:

- Hasta la etapa de institucionalización del SIAGIE en el año 2013, se logró el registro de información en un total 93,194 instituciones educativas, que representa el 97.23% del total nacional.

E. CENTRAL TELEFÓNICA

- Se dispuso de una central telefónica con anexos para la atención del público usuario. CENTRAL TELEFÓNICA: (01) 6155757

The screenshot displays the SIAGIE website interface. At the top, the logo 'siagie' is accompanied by the text 'Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa'. To the right, there are logos for 'PERÚ Ministerio de Educación' and social media icons for Facebook and Twitter. The main banner features the text 'Central telefónica 615-5757'. Below this, there are three buttons: 'acceso al siagie', 'área de capacitación', and 'portal de autoayuda', each with a description and an 'acceder' button. A section titled 'SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN PROTEGE TU CONTRASEÑA' includes a 'Ver documento' button. On the right side, there is a 'Comunicados' section with a date '06.03/2015' and a list of 17 items, including 'Cambio de contraseña (nuevo)', 'Registro de Costos (nuevo)', and 'Registro de Vacantes (nuevo)'. Below the list is a 'Descargas' section with a pagination control.

Figura 12. Central telefónica SIAGIE

Fuente: <http://siagie.minedu.gob.pe/slides/slide11.gif>

F. CORREO ELECTRÓNICO

- El uso del correo electrónico corporativo es la herramienta de comunicación más utilizada por los usuarios del SIAGIE.
- Creada por tipo de función y responsabilidad de los usuarios, en las instancias descentralizadas y especialistas en la Oficina de Informática.

- Necesario para el flujo de información que se establece con el equipo de Supervisores, Asistentes Educativos y especialistas SIAGIE (de DRE, UGEL) quienes logran adoptar y asumir en su trabajo diario el uso del correo electrónico para interactuar con miembros de la comunidad SIAGIE.

G. CANAL ATL

- Banners SIAGIE publicitarios.
- Roll Screen.



Figura 13. Banners SIAGIE publicitarios
Fuente: Elaboración propia.

H. IDENTIDAD

- En el proceso de expansión e institucionalización la disponibilidad de merchandising, utilizada en talleres de capacitación y promoción del proyecto, tuvo un gran impacto en la identificación del SIAGIE.
- Esta técnica de marketing logró en forma efectiva construir un mensaje eficaz a través del color y grafismo del logo SIAGIE.
- Se contó con chalecos, polos, gorra, maletín, block, lapicero, lápiz, borrador, llavero, sticker, entre otros.



Figura 14. Merchandising SIAGIE (CHALECO, GORRA)
Fuente: Elaboración propia

I. CENTRAL DE ATENCIÓN@ SIAGIE

- Conformación de una Central de Atención en la sede central del MINEDU, la misma que atiende a los usuarios mediante diferentes canales de atención (telefónico, redes sociales, correo electrónico y presencial).
- La finalidad es establecer un servicio eficaz y eficiente a los usuarios con relación a consultas, solicitudes y ayuda en línea.
- La Central de Atención, está cargo de un equipo de operadores especializados y brindan un servicio permanente hasta la actualidad.



Figura 15. Central de atención SIAGIE

Fuente: <http://es.calameo.com/books/0027400514e9aa56ed167>, Año 2013.

Tabla 8. Número de requerimientos atendidos por los operadores del Call Center SIAGIE

Periodo2013

Año 2013	Canal de atención				Total
	Correo	Documento	Presencial	Teléfono	
Enero	171	1	40	82	294
Febrero	292	1	9	117	419
Marzo	1,494	1	411	1,383	3,289
Abril	6,865	12	2,389	5,424	14,690
Mayo	11,081	9	2,151	5,274	18,515
Junio	8,874	17	1,382	4,080	14,353
Julio	8,781	121	1,596	4,437	14,935
Agosto	1,711	84	586	1,107	3,488
Total	39,269	246	8,564	21,904	69,983

Fuente: Oficina de Informática, Año 2013

4.3 Transferencia de responsabilidad y capacidades hacia los órganos intermedios en el marco de la sostenibilidad del SIAGIE a nivel nacional

El periodo 2013 representa una etapa de consolidación, transferencia de capacidades y responsabilidades a los órganos intermedios a nivel nacional (DRE y UGEL).

Se ha previsto que la Oficina de Informática cuente con los servicios de 25 Supervisores SIAGIE (1 por región), los mismos que tendrán la responsabilidad de visitar las UGEL con la finalidad de orientar las necesidades de capacitación en el uso del SIAGIE, brindar y canalizar los diferentes tipos de requerimientos de soporte de los Responsables SIAGIE de las UGEL hacia la Oficina de Informática del MINEDU y liderar el proceso de transferencia de conocimientos y responsabilidades del uso del aplicativo hacia los órganos intermedios.

Dichos Supervisores SIAGIE estarán a cargo del equipo de Coordinadores Regionales, quienes realizarán seguimiento del proceso de transferencia gradual de conocimientos y de responsabilidades hacia las UGEL; además de realizar el seguimiento continuo en el registro de datos en el SIAGIE ejecutado por las IIEE en las UGEL; de tal manera que los Responsables SIAGIE de las UGEL puedan establecer estrategias y acciones con la información estadística y de soporte brindada por los Coordinadores Regionales desde la Oficina de Informática.

En simultáneo, la función de capacitación y soporte en el uso del SIAGIE será asumida por cada uno de especialistas responsables en cada una de las 212 UGEL, quienes contarán con el apoyo del correo electrónico siagiedes@minedu.gob.pe, el mismo que será atendido y administrado por los Coordinadores Regionales SIAGIE en la Oficina de Informática quienes facilitarán el soporte nivel 2 a las UGEL y DRE a nivel nacional.

Adicionalmente, los Coordinadores Regionales realizarán visitas a las regiones para efectuar, de ser necesario, acciones de reforzamiento en el proceso de transferencia de capacidades y responsabilidades hacia las UGEL y seguimiento a las actividades realizadas por el Supervisor SIAGIE. Dichas

visitas permitirán apoyar en la gestión de estrategias adaptadas a la situación particular de cada región que involucran infraestructura tecnológica y variabilidad en las condiciones geográficas de cada UGEL, así como la gestión de alianzas estratégicas con gobiernos locales, organizaciones públicas y privadas y ONGs. Dicha transferencia se apoya en la experiencia adquirida a través de las intervenciones con Asistentes SIAGIE entre los años 2010 al 2012, con resultados verificables en los altos porcentajes de registro de datos.

Cabe añadir que en forma indirecta lograron adquirir conocimientos (en el uso del aplicativo) el público en general en los espacios de cabinas de internet y en sus mismos hogares.

Los resultados de los registros en el SIAGIE, sinceraron la información y actualmente se cuenta con una Base de Datos Nacional validada, confiable y en tiempo real, del total de Instituciones Educativas y estudiantes a nivel nacional. Esta experiencia exitosa, es un referente para otras organizaciones o instituciones públicas o privadas que trabajan políticas públicas en el país.



The banner features the SIAGIE logo and name at the top left, followed by the full name of the system. Below this is a photograph of a young child writing at a desk. To the right of the photo, large text displays the number of registered students. At the bottom, three green boxes with icons represent different system components: access, parents, and training.

siagie Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa

7'870,525
estudiantes
registrados
en el padrón único de estudiantes

acceso al siagie padres y apoderados área de capacitación

Figura 16. SIAGIE

Fuente: <http://es.calameo.com/books/0027400514e9aa56ed167>, Año 2013.

CAPÍTULO III

CONCLUSIONES

- ✓ El convenio interinstitucional suscrito en el marco de políticas sociales y educativas del Programa JUNTOS – Sub sistema MINEDU, del Componente Mejora de Eficiencia de la Gestión Educativo (CMEGE), logró articular acciones para el mejoramiento de la calidad de vida y la restitución de derechos de los ciudadanos que viven en zonas de pobreza y extrema pobreza del país.
- ✓ Los conocimientos adquiridos en mi formación profesional, en Relaciones Públicas y especialización permanente en Comunicación para el Desarrollo contribuyeron a plantear en forma adecuada la diversificación de estrategias comunicacionales implementadas en el proyecto. Como resultado de estas, se logró proporcionar información actualizada, dinámica y oportuna a los usuarios por diversos canales de comunicación, tanto en versión física y digital.
- ✓ A diferencia de las estrategias de comunicación aplicadas en las oficinas de Relaciones Públicas de las organizaciones, en los proyectos y programas de desarrollo social los recursos y herramientas utilizados son de medición en cuanto al avance de metas físicas y presupuestales del proyecto, mientras los instrumentos de monitoreo y evaluación ayudan a medir el impacto y posicionamiento de la intervención.
- ✓ La dimensión de la intervención estandarizó herramientas y estrategias comunicacionales que fortalecieron el trabajo en equipo. La incidencia de acciones y actividades para el logro de la gran movilización nacional en el sector educación, está representada en la adquisición de nuevos conocimientos en sistemas de información que contribuyen a la cultura informática de los profesionales del sector educación en el país.

- ✓ El uso de la herramienta informática SIAGIE contribuirá a medir la frecuencia de visitas, consultas y visualización de mensajes, del cual podemos extraer datos estadísticos sobre el impacto de la comunicación canalizada por este medio.

- ✓ El Ministerio de Educación cuenta con un sistema de información exitoso, la institucionalización del SIAGIE contribuye a la universalización de información del sector educación, que sirve como insumo o línea de base a otras instituciones y organizaciones que promuevan mediante campañas publicitarias el fomento, prevención y promoción de objetivos y metas vinculadas a la población estudiantil en todo el ámbito del país.

CAPÍTULO IV

FUENTES DE INFORMACIÓN

Aced. C. (2010). *Perfiles profesionales 2.0*. Barcelona: Editorial UOC.

Aced. C. (2013). *Relaciones Públicas 2.0*. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. España: Editorial UOC.

Arellano, E. (1998). *La Estrategia de Comunicación como un Principio de Integración/Interacción dentro de las Organizaciones*. Rev. Razón y palabra. Vol. 21, Núm. 2_97. Recuperado de:
<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp>

Brunetta, H. (2013). *Marketing digital: claves para implementar estrategias efectivas en redes sociales*. Argentina: Red USERS.

Brizuela, B. Giménez, J. Luft, A. (2013). *Web 2.0 características, herramientas, ventajas y desventajas*. Recuperado de:
https://prezi.com/ww_lkp8j5rek/web-20-caracteristicas-herramientas-ventajas-y-desventajas

Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. España: Relaciones Públicas (IIRP). Recuperado de:
http://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf

Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa*. España: IIRP Instituto de Relaciones Públicas. Recuperado de:
http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf.

Fumero, A. Roca, G. (2007). *Web 2.0*. España: Fundación Orange. Recuperado de:
<https://www.muypymes.com/images/stories/recursos/marketing/web20.pdf>

Flores, I. (2015). *El marketing en el sector público: naturaleza, aplicaciones y desafíos*. Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, n. 27. Universidad del Itsmo.

Recuperado de:

<http://www.eumed.net/rev/cccscs/2015/01/ciudadanos.html>

Gómez, M. (2007). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*. Tesis (Doctoral, Universidad de Málaga).

Recuperado de:

<http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/17672697.pdf>

Kutchera, J. García, H. Fernández, A. (2014). *E-X-I-T-O: Su estrategia de marketing digital en 5 pasos*. México: Primera Edición EBOOK.

Molero, A. (2005). *Plan de comunicación. Concepto, diseño e implementación*.

Recuperado de:

http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf

Ministerio de Educación (2015). *SIAGIE Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa*. Recuperado de:

<http://siagie.minedu.gob.pe/inicio/>

Nafria, I. Web 2.0. (2007). *Web 2.0: El usuario el nuevo rey de Internet*. España. Ediciones gestión 2000.

Ramiro, J. Brassat, D. (2002). *La globalización: sus efectos y bondades*. Rev. Economía y Desarrollo. Vol. 1, N° 1. Recuperado de:

<http://www.fuac.edu.co/revista/M/cinco.pdf>

Rojas, M. (2011). *El impacto de las TIC en la educación*. Unesco. Recuperado de: http://www.oei.org.ar/ibertic/1_Impacto_TICs_educacin_0.pdf

Ortiz, F. Linares, J. (1995). *La Sociedad de la Información*. Autopistas inteligentes. Madrid: Fundesco.

Pérez, A. (2001). *Estrategias de comunicación*. España: Editorial Ariel.

Kotler, P. Armstrong, G. (2005). *Marketing*. España: Pearson Educación S.A.

Pinzón, J. (2015). *Gestión de marketing medios de ATL*. Recuperado de:
<https://prezi.com/qh802jtg1hbx/gestion-de-marketing-medios-de-atl-y-bl/>

Somato, I. (2011). *Marketing Online y Comunicación Digital*. España: Edita: Wolters Kluwer.

Universidad Nacional de Córdoba. (2011). *Impacto de las TICs en los medios de comunicación*.

Recuperado de:

<https://tp1tecnologia.wordpress.com/2011/04/04/impacto-de-las-tics-en-los-medios-de-comunicacion/>

Universidad de Kansas (2016). *Crear un plan para la comunicación*.

Recuperado de:

<http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/participacion/promover-interes-en-la-comunidad/plan-de-comunicacion/principal>

UNESCO (2009). *Medición de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en educación-manual de usuario*. Recuperado de:

<http://unesdoc.unesco.orr/images/0018/001883/188309s.pdf>

Wilox, D. (2006). *Relaciones Públicas, estrategias y tácticas*. Octava Edición
Madrid: San José State University.

ANEXOS

Anexo 1. Piezas publicitarias

DIPTICO



VOLANTE



DIPTICO



AFICHE



Anexo 2. Ruteo- SIAGIE



Anexo 3. Blog SIAGIE



Anexo 3.Instrumentos

Modelo de acta

	<i>Año de las cumbres mundiales en el Perú</i>	
ACTA DE ENTREGA CHALECOS TACTICOS		
Cajamarca..... de Noviembre del 2008	Hora: -----	
Conste por la presente Acta de Entrega al Supervisor/ Asistente Educativo Prof.----- -----identificado con DNI N° ----- de la Región -----		
La entrega de 01 CHALECO TACTICO de identificación tipo reportero, del Programa JUNTOS Subsistema MINEDU, Componente Mejora de la Eficiencia de la Gestión Educativa, como identificación en el trabajo de campo que realiza en las zonas de intervención de la Región donde labora.		
Al término del contrato, esta herramienta de identificación deberá ser entregada al Coordinador Regional, por ser un distintivo de trabajo del Programa JUNTOS.		
-----	-----	-----
RAY BARRANTES BANCHIZ	MARTEL OLIVER DURAND LAROLA	JOSE LUIS ANDRÉS COCILLAS
COORDINADOR REGIONAL	SUPERVISOR	ASISTENTE EDUCATIVO

Modelo de ficha

EVALUACION DE SUPERVISORES A ASISTENTES EDUCATIVOS DEL COMPONENTE MEJORA DE LA EFICIENCIA DE LA GESTION EDUCATIVA PROGRAMA JUNTOS SUBSISTEMA MINEDU - 2008

SUPERVISOR: RUFO OSEAS ALVAREZ SIGAUYRO	PROVINCIAS A CARGO: ANDAHUYLAS Y CHINCHEROS
REGIÓN: APURÍMAC	FECHA: 31/12/2008
	Nº DE ASISTENTES A CARGO: 10

Nº	NOMBRE DEL ASISTENTE EDUCATIVO	EVALUACION DE DESEMPEÑO LABORAL DEL ASISTENTE EDUCATIVO			APRECIACIÓN DEL SUPERVISOR	
		Calidad y cumplimiento en la presentación de informes (Puntaje: 1 - 5)	Resultado de la supervisión a sus IIEE. Evaluar solo a los asistentes educativos a quienes se les ha realizado la supervisión aplicando la ficha de supervisión. (Puntaje: 1 - 5)	Pro-actividad y cumplimiento de tareas específicas encomendadas (Puntaje: 1 - 5)	Marcar con una "X" el espacio correspondiente a los asistentes educativos no recomendables por el supervisor (indicar la razón en observaciones)	Observaciones
1	ALARCON ALARCON ELISEO	3	3	3		
2	HERMOZA GUZMAN FERNANDO	3	2	2		
3	INCAHUAMAN TAPIA MARGARITA	2	2	1	X	No sigue instrucciones
4	GODOY MEDINA HANS YURI	3	3	3		
5	CENTENO PALOMINO FREDDY	3	2	1	X	Necesita que se le repita más de una vez
6	PATIÑO SULLCAHUAMAN RUTH ELISA	3	2	4		
7	ROMERO HERRERA CLARISA	3	3	3		
8	LAUPA ROJAS EDGAR	3	3	3		
9	DAMIANO REYNAGA ALIX	2	1	2	X	No sigue instrucciones
10	PEREZ LLANOS NILTON	2	2	1	X	No sigue instrucciones

Puntaje:

1 = Muy Mal 2 = Mal 3 = Regular 4 = Bien 5 = Muy Bien

*** Pro-actividad y cumplimiento de tareas específicas encomendadas:**

La Evaluación en el aspecto de Pro-actividad y cumplimiento de tareas específicas encomendadas, se refiere a la capacidad que tiene el asistente educativo en aspectos como: iniciativa, procurar el logro de objetivos planteados; capacidad de tomar decisiones adecuadas y oportunas en los momentos requeridos; así como al cumplimiento por parte del monitor de las diferentes tareas encomendadas a lo largo del periodo de desempeño de sus labores. Estas tareas específicas pueden ser: Aplicación de fichas de recojo de información adicionales, labores diversas durante las reuniones de capacitación y de trabajo, etc.

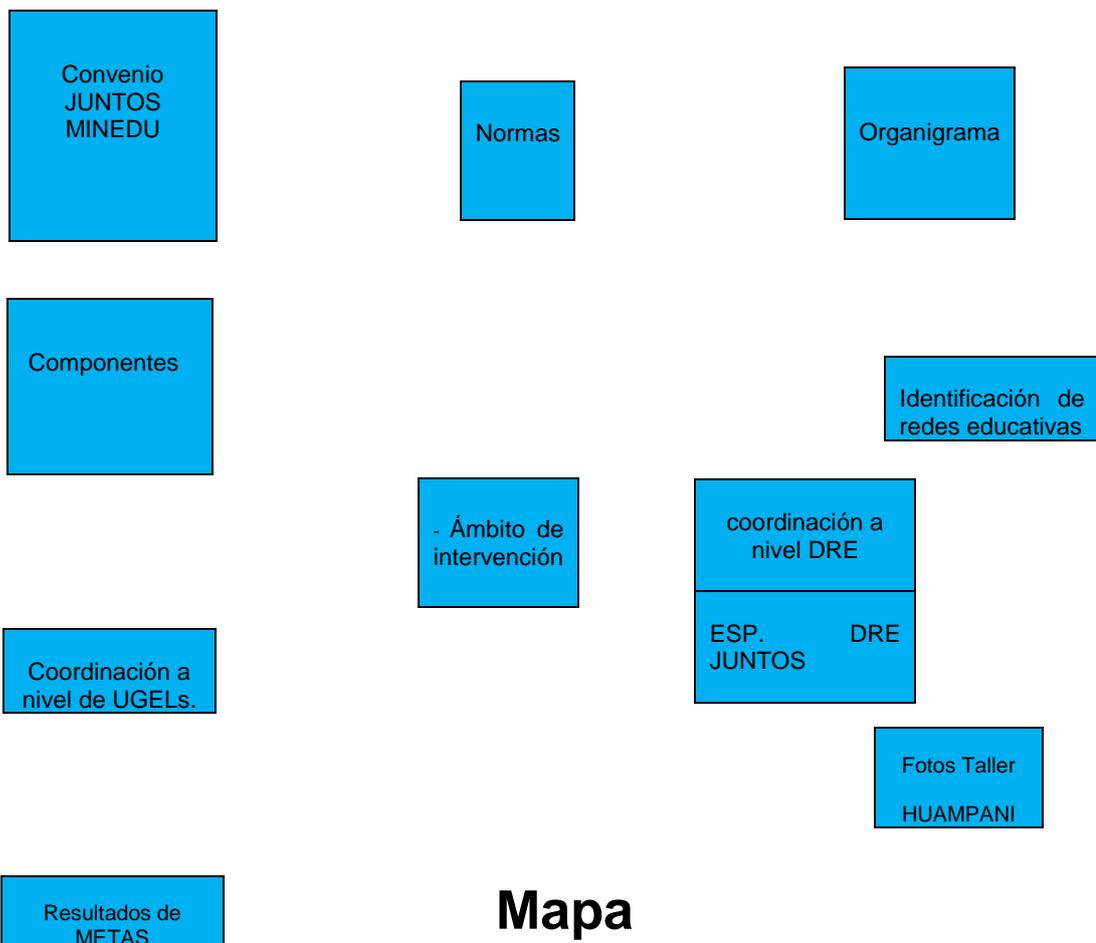
Anexo 4. Modelo de panel informativo



PROGRAMA JUNTOS SUBSISTEMA MINEDU

“Componente Mejora de la Eficiencia de la Gestión Educativa”

PANEL INFORMATIVO PROGRAMA JUNTOS SUBSISTEMA MINEDU



Anexo 5. Artículos periodísticos

NOMBRE DEL AÑO 2016: «Año de la consolidación del Mar de Grau» (D. S. N° 098-2015-PCM)

» NOTICIAS EDUCACIONENRED.PE

08/1/2013 | minedu.gob.pe | 83 comentarios 

SIAGIE: Registro de notas por bimestre - MINEDU - www.siage.minedu.gob.pe

 Tweet 110  Share 173  G+ 1  Share 82



Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa



7'870,525 estudiantes registrados
en el padrón único de estudiantes

 acceso al siagie  padres y apoderados  área de capacitación

MINISTERIO DE EDUCACIÓN - MINEDU
SIAGIE - www.siage.minedu.gob.pe

El Ministerio de Educación a través de su Canal virtual en la Red Social Facebook, informa a la comunidad educativa:

Estimados usuarios, para quienes han realizado su registro de notas por bimestre se les recuerda que deben procesarlo UNA SOLA VEZ, puesto que de hacerlo dos o mas veces habrá una demora en la ejecución del proceso. Agradecemos su gentil comprensión.

● PÁGINA WEB FACEBOOK
www.facebook.com/siagieminedu

● PÁGINA WEB SIAGIE:
www.siage.minedu.gob.pe

EDUCACIONENRED.PE

 COMPARTIR ESTA NOTICIA!   



UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO
CENTRO DE EDUCACIÓN INICIAL



HR
LATAM
Estrategia
MEXICO

III PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
INNOVACIÓN ESTRATÉGICA
BIENVENIDO

INICIO DE CLASES
1 DE JULIO

FUENTE: EDUCACIONENRED.PE

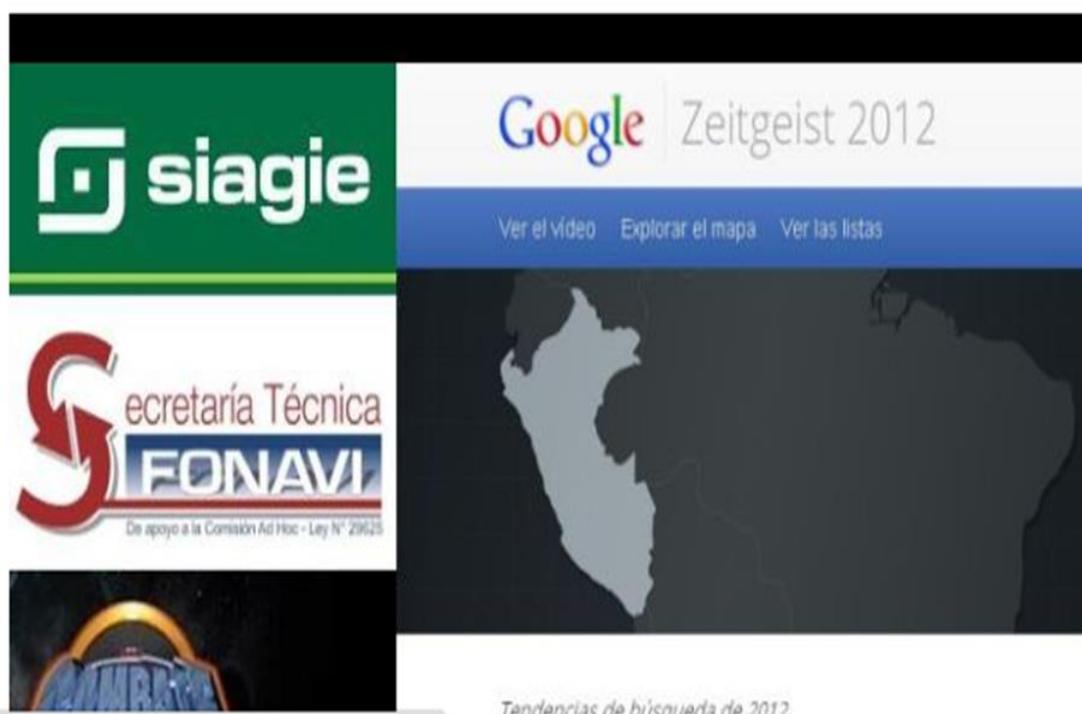
Inicio ¿Cómo saber si integro la sexta lista de devoluciones?

Portada > Reportuit > Lo que más buscaron los peruanos en Google este 2012

Lo que más buscaron los peruanos en Google este 2012

Miércoles 12 de diciembre del 2012 | 09:37

La búsqueda de Siagie (Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa) lideró esta lista



FUENTE: DIARIO PERÚ 21

Anexo 6. Reconocimientos

MINEDU RECIBE PREMIO DE BUENAS PRÁCTICAS EN GESTIÓN PÚBLICA 2012 POR IMPLEMENTACIÓN DEL SIAGIE



La organización Ciudadanos al Día entregó ayer el Premio Buenas Prácticas en Gestión Pública 2012 a la “Implementación del Sistema de Información de Apoyo a la Gestión Educativa (SIAGIE), como parte de la mejora continua en la calidad de los servicios gratuitos que brinda el Ministerio de Educación a Instituciones Educativas a nivel nacional”, que participó en la categoría “Educación”.

La práctica creada e implementada por la Oficina de Informática del Ministerio de Educación es el aplicativo que el MINEDU otorga de manera gratuita a las instituciones educativas (públicas y privadas) a nivel nacional, el cual les permite gestionar la información de los procesos de matrícula, asistencia y evaluación de estudiantes.

La puesta en práctica del SIAGIE ha generado la integración de las Instituciones Educativas (I.E) a nivel nacional, a través del uso de una única plataforma tecnológica que asegura el cumplimiento de los procesos bajo el marco normativo vigente.

Además, las I.E disponen de forma permanente y gratuita del aplicativo informático web que soporta los procesos de matrícula, asistencia y evaluación, donde la comunidad participa de acuerdo a su rol específico, ya sea administrativo, docente, estudiantil o de padre de familia.

Las instituciones, con sólo registrar los datos de matrícula de los estudiantes, pueden generar documentos oficiales como la ficha única de matrícula, nóminas de matrícula y documentos de uso interno como constancias, listas de estudiantes, estadísticas, entre otros.

El sistema permite que las instituciones educativas cuenten con mecanismos de validación y control en el registro de datos de estudiantes; obteniendo información consistente, fiable y disponible para la comunidad educativa y otros organismos públicos y/o privados.

De esta forma los padres de familia tienen un servicio de consulta, gratuita y en línea, para acceder a información de los estudiantes a su cargo de manera permanente e independiente del lugar geográfico en que se encuentre.

La Ministra de Educación, Patricia Salas O'Brien estuvo presente durante la ceremonia y recibió el premio "Buenas Prácticas en Gestión Pública 2012" como máxima autoridad del sector.

Fuente: TV PERÚ NOTICIAS



PREMIO: CIUDADANOS AL DÍA (CAD)

**BUENAS PRÁCTICAS EN GESTIÓN PÚBLICA 2012, POR
IMPLEMENTACIÓN DEL SIAGIE**

ESCUELAS CUMPLIERON CON ROL FUNDAMENTAL AL DIFUNDIR EN LA POBLACIÓN ESCOLAR LA NECESIDAD DE CONTAR CON DNI



PREMIO ONU 2013 RECONOCEN LABOR DEL MINEDU POR ENTREGA DE DNI AL 94.5% DE NIÑOS Y ADOLESCENTES PERUANOS

El Ministerio de Educación fue reconocido por el Registro Nacional de Identidad y Estado Civil (RENIEC) como uno de los principales aliados que contribuyeron para que el Perú obtenga el primer lugar en el Concurso Mundial de Servicios Públicos convocado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Sandro Marcone, titular de la Dirección de Tecnologías Educativas, recibió una réplica del premio que entregó la ONU al jefe del RENIEC Jorge Yrrivarren Lazo, por el esfuerzo desplegado en la entrega del Documento Nacional de Identidad (DNI) a 10 millones de niños, niñas y adolescentes peruanos, cubriendo así el 94.5% de la población menor de 18 años.

En junio pasado, el RENIEC obtuvo el primer lugar en la categoría "Mejorando los Servicios Públicos", con la experiencia denominada "Documento Nacional de Identidad (DNI) de menores y su impacto en el ejercicio de los derechos humanos", convirtiéndose así en la primera institución peruana que consigue tal reconocimiento.

Las escuelas de todo el Perú han cumplido un rol fundamental al difundir entre la población escolar la necesidad de contar con su DNI, no solo para acceder a la matrícula sino para obtener atención médica y poder ser incluidos en los programas sociales, resaltó el titular del RENIEC.

Sandro Marcone, informó que gracias al convenio de colaboración mutua con el RENIEC, el Ministerio de Educación tiene registrados y validados con su DNI en el Sistema de Información de Apoyo a la Gestión Educativa (SIAGIE) a más del 81% de niños y adolescentes matriculados. Esto nos permite saber con certeza dónde están matriculados los niños, cómo debemos racionalizar los materiales educativos y dónde se requieren crear más plazas para docentes, entre otras medidas, señaló.

Anunció también que conjuntamente con el RENIEC y los ministerios de Desarrollo e Inclusión Social y de Salud, se viene elaborando el Padrón Nominado, documento que será de uso común para los cuatro sectores y permitirá la identificación.

En la premiación hubo 601 postulaciones provenientes de Europa y Norteamérica, África, Asia y Pacífico, Asia Occidental, Latinoamérica y El Caribe, para cinco categorías. El acto tuvo lugar en el Reino de Bahrein, situado en la región del Golfo Pérsico en Asia.

Junto al MINEDU, fueron reconocidos también por el RENIEC otras organizaciones públicas, privadas e internacionales.