



PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 – 2016"



INFORME N° 33-2014-MINEDU/DM-OGECOP-OCS/RTM

A : **Paola Baltazar Zúñiga**
Jefa(e) de la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana

De : **Roxana Tala Mohanna**
Especialista de OGECOP

Referencia : a) Informe Final de Cumplimiento de Pauta y Evaluación de Indicadores de Desempeño, según O/S N°1020-2014 (Ref. O/S N°3243-2013)
b) MEMORANDUM N°104-2014-MINEDU/SG/OP

Fecha : 16 de abril de 2014

Tengo el agrado de dirigirme a usted, en atención al asunto de la referencia b), en relación a la información de Publicidad Estatal, para lo cual informo lo siguiente:

I. ANTECEDENTES

El Ministerio de Educación-Minedu, a través de la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana-Ogecop, puso en marcha la Campaña Publicitaria "Buen Inicio del Año Escolar 2014: Todos a clase desde el primer día", que tuvo como principal objetivo promover el compromiso de los diferentes actores sociales y autoridades educativas para garantizar las condiciones que faciliten el Buen Inicio del Año Escolar 2014 (contratación docente, mantenimiento preventivo, matrícula oportuna, distribución de materiales, asistencia al primer día de clase, entre otros).

Para lograr la difusión de la Campaña Publicitaria, se contrató a diversos medios televisivos, radiales y alternativos.

La elaboración del Plan de Medios, fue realizada por la empresa Producciones Génesis SAC, la cual consideró la difusión de las siguientes piezas:

- Spot radial de 30 segundos difundido a través de emisoras a nivel nacional y regional durante (6) seis semanas
- Spot televisivo de 30 segundos difundido a través de emisoras a nivel nacional y regional durante (6) seis semanas
- Aplicativo Online a través de webs de emisoras radiales durante (6) seis semanas.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 – 2016"

La campaña se difundió entre los meses de febrero y marzo de 2014, de acuerdo al Plan de Medios y los Términos de Referencia de la mencionada Campaña Publicitaria, publicados en las bases del proceso.

A su vez, se complementó la comunicación con una estrategia en Redes Sociales, circuitos cerrados y a través de los canales de aliados, los cuales difundieron los spots y reforzaron los principales mensajes de la Campaña Publicitaria.

II. ANÁLISIS

2.1 La Ogecop no cuenta con personal especializado para la elaboración de un Plan de Medios, programas informáticos ad-hoc para realizar el análisis de indicadores de audiencia para la selección de medios de comunicación que se requiere para la implementación de una Campaña Publicitaria. Por este motivo se recomendó proceder a la contratación de una Central de Medios que ofrezca los siguientes servicios:

2.1.1 Elaboración de un Plan de Medios sustentado con estudios de rating y audiencia; considerando el público objetivo determinado para su campaña, según el documento de la referencia, así como el área de difusión, la periodicidad, los objetivos de la acción publicitaria y la opinión de valorización que sustente la razón de la realización de la campaña.

2.1.2 Supervisión del cumplimiento de la pauta publicitaria de los spots en los medios de comunicación contratados y su respectivo informe.

2.1.3 Elaboración y presentación del informe de impacto de la publicidad realizada.

2.2 La Central de Medios, denominada Producciones Génesis SAC fue seleccionada para realizar el servicio de Elaboración de Plan de Medios de la Campaña Publicitaria "**Buen Inicio del Año Escolar 2014: Todos a clase desde el primer día**", de acuerdo a lo señalado por la Unidad de Abastecimiento y al cumplir con los requisitos indicados en los Términos de Referencia, la contratación se realizó mediante compra directa y con la Orden de Servicio N°1020-2014 (Ref. Orden de Servicio N°3243-2013)

2.3 La Campaña Publicitaria "**Buen Inicio del Año Escolar 2014: Todos a clase desde el primer día**" consideró la difusión de un spot radial de 30 segundos, un spot televisivo de 30 segundos y dos aplicativos online, cada uno difundido a través de los medios respectivos, con cobertura nacional y regional.

El servicio realizado por Producciones Génesis SAC. también incluyó el monitoreo de la emisión de la campaña y un informe final de verificación del cumplimiento de la pauta publicitaria en las radios, televisión y plataformas online contratadas.

2.4 El Plan de Medios presentado por Producciones Génesis SAC. sugirió la contratación de los siguientes medios:





PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 – 2016"

- **Difusión en medios radiales y televisivos:** entre las fechas del 15 de febrero al 30 de marzo, en un total de seis (6) semanas, abarcando radioemisoras con cobertura nacional y regional.

EMPRESA QUE DIFUNDIÓ LA PUBLICIDAD	DATOS ESPECÍFICOS DE LA PUBLICIDAD	
	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
FRECUENCIA LATINA REPRESENTACIONES S.A.C.	Spots	36 spots
	Menciones	24 menciones
COMPAÑÍA PERUANA DE RADIO DIFUSIÓN S.A.C.	Spots	88 spots
	Menciones	25 menciones
PANAMERICANA TELEVISIÓN S.A.	Spots	12 spots
ANDINA DE RADIODIFUSIÓN SA	Spots	99 spots
	Menciones	22 menciones
PRODUCTORA PERUANA DE INFORMACIÓN SAC	Spots	90 spots
VIDEO FILMS SAC	Spots	172 spots
GRUPO RPP.SAC	Menciones	196 menciones
CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTOS SAC	Menciones	190 menciones
CORPORACION UNIVERSAL	Menciones	120 menciones
GRUPO PANAMERICANA RADIOS SA	Spot	360 spots
RADIO DIFUSORA DOELSA SCRL	Spot	420 spots
RADIO MELODÍA S.A.	Spot	576 spots
CASA FRANCA DE RIPA, ARMANDINA	Spot	420 spots
PROMOTORA RADIAL EIRL	Spot	420 spots
RADIO DIFUSORA COMERCIAL TURBO MIX SRL	Spot	245 spots
PRODUCTORA MUSICAL FLOWER RADIO SANTA MÓNICA EIRL	Spot	245 Spots
NOVA PRODUCCIONES SAC	Spot	245 spots
LUJAN TUNQUE JAIME MARTIN	Spot	420 spots
RADIO ONDAS DEL HUALLAGA SAC	Spot	420 spots
UCHUY A LAZARTE, EDWIN HENRY	Spot	420 spots
RADIO DIFUSIÓN CIAL SONORA FM RAD OLIMPI	Spot	223 spots
ZONA 5 SAC	Spot	245 spots
RADIO LORETO SAC	Spot	174 spots
RADIO SUPER MIX (MADRE DE DIOS)	Spot	420 spots
RADIO AMERICANA E.I.R LTDA	Spot	245 spots
RADIO TELEVISIÓN ALTURA SRL	Spot	420 spots
NOVA ESTEREO (PIURA)	Spot	208 spots
RADIO ONDA AZUL ASOCIACIÓN CIVIL	Spot	294 spots
RADIO TROPICAL SAC	Spot	294 spots
CADENA RADIAL SUR PERUANA SA	Spot	294 spots
CORPORACIÓN RADIODIFUSORA LA HECHICERA FM STEREO	Spot	357 spots
RADIODIFUSORA DEL UCAYALI SAC	Spot	357 spots
TELEAMAZONAS SAC	Spot	189 spots
CORPORACIÓN PERODÍSTICA NACIONAL SAC	Spot	189 spots
CÍA. DE RADIODIFUSIÓN HISPANO PERUANA SA	Spot	44 spots
EMPRESA DIFUSORA DE RADIO Y TELEVISIÓN CONDORCUNCA SRLTDA	Spot	231 spots





PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 – 2016"

COMPAÑÍA DE TELEVISIÓN CUSQUEÑA SAC	Spot	156 spots
ENCISO DUEÑAS WILLIAM	Spot	231 spots
RADIO DIFUSORA Y TELEVISIÓN SINAI EIRL	Spot	231 spots
RED COMUNICACIONES EIRL	Spot	239 spots
RADIO TELEVISIÓN Y SERVICIOS MÚLTIPLE SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA SRL	Spot	78 avisos
AMAZÓNICA DE TELEVISIÓN SAC	Spot	196 spots
EDICIONES Y PRODUCCIONES AMERICANA DEL PERÚ SAC	Spot	210 spots
TELESUR EIRL	Spot	196 spots
RADIO TELEVISIÓN ALTURA SRL	Spot	203 spots
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PUNO	Spot	156 spots
TELEVIDA EIRLTD	Spot	210 spots
PINO ALARCÓN, ANGEL ENRIQUE	Spot	196 spots
UCAYALINA DE TELEVISIÓN EIRL	Spot	196 spots

Medios Online: 15 de febrero al 28 de marzo, en un total de seis (6) semanas.

EMPRESA QUE DIFUNDIÓ LA PUBLICIDAD	DATOS ESPECÍFICOS DE LA PUBLICIDAD	
	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTOS SAC	Banners Rotativos	425,00

Al término de la Campaña Publicitaria, la empresa Producciones Génesis SAC entregó, dentro de su informe final, los resultados de la misma, que incluyeron el alcance, frecuencia e impactos que logró el spot de radio y televisión.

Estas cifras se midieron en base a los estudios de audiencia y lectoría a los que tuvo acceso la mencionada empresa: las mediciones realizadas por IBOPE MEDIA, MEDIA RESEARCH, CPI, INEI, CONCORTV.

El público objetivo de la Campaña fue:

- Padres de Familia con hijos menores de 18 años
- Estudiantes en edad escolar
- Profesores y autoridades educativas

Los indicadores de desempeño en televisión y radio de la Campaña Publicitaria fueron:

- **Alcance:** cantidad de personas que vio la campaña publicitaria durante un periodo determinado.
- **Frecuencia:** promedio de veces que una persona escuchó el comercial.
- **TGRPs:** sumatoria de puntos de rating.





"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 – 2016"

DESEMPEÑO DE LA CAMPAÑA

Televisión a nivel nacional

Indicador	Resultado alcanzado*
Alcance	86%
Frecuencia	11.4 veces
TGRPs	981.40

Radio a nivel nacional:

Padres de Familia

Indicador	Resultado alcanzado*
Alcance	40.6%
Frecuencia	4.9 veces
TGRPs	198.6

Estudiantes

Indicador	Resultado alcanzado*
Alcance	28.7%
Frecuencia	3.7 veces
TGRPs	107.2

(*) Descripción de los resultados:

- Medio Televisivo: del total del grupo objetivo se obtuvo un 86% de Alcance, equivalente a 3'800,000 personas y la Frecuencia promedio fue de 11.4 veces. Se tomó como referencia el universo de 4'500,000 personas empleando el estudio de CPI correspondiente al mes de octubre 2013.
- Medio Radial: del total del grupo objetivo de padres de familia en el medio radial, el alcance fue del 40.6% equivalente a 1'460,100 personas y la frecuencia promedio fue de 4.9 veces. Se tomó como referencia el universo de 3'592,300 personas empleado en el estudio de CPI a nivel nacional correspondiente a octubre de 2013.
- Medio Radial: del total del grupo objetivo de estudiantes en el medio radial, el alcance fue del 28.7% equivalente a 270,300 personas y la frecuencia promedio fue de 3.7 veces. Se tomó como referencia el universo de 943,200 personas empleado en el estudio de CPI a nivel nacional correspondiente a octubre de 2013.



Fuente: Informe Final de Cumplimiento de Pauta y Evaluación de Indicadores de Desempeño de la empresa Producciones Génesis SAC



PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 – 2016"

La empresa que emitió publicidad online cumplió con emitir las 425,000 impresiones totales según pauta aprobada.

Cabe señalar, que a nivel regional, actualmente el mercado no cuenta con estudios de medición en medios televisivos y radiales, por lo que en el informe expuesto no se detalla dichos resultados.

III. CONCLUSIONES

- 3.1 La Ogecop no cuenta con personal especializado para la elaboración de un Plan de Medios, programas informáticos ad-hoc para realizar el análisis de indicadores de audiencia para la selección de medios de comunicación que se requiere para la implementación de una Campaña Publicitaria. Por este motivo se recomendó proceder a la contratación de una Central de Medios.
- 3.2 La empresa Producciones Génesis SAC cumplió los requisitos solicitados por el Minedu a través de la Ogecop, de acuerdo a los los Términos de Referencia de la campaña publicados en las bases del proceso.
- 3.3 La empresa Producciones Génesis SAC elaboró el Plan de Medios y Monitoreo, que incluyó la selección de cada medio y el seguimiento al desarrollo de la Campaña Publicitaria, de acuerdo al objetivo del Minedu planteado en los Términos de Referencia de la campaña publicados en las bases del proceso.
- 3.4 La empresa Producciones Génesis SAC entregó un informe final de verificación de cumplimiento de la pauta publicitaria en los medios televisivos, radiales y online contratada.
- 3.5 La difusión de la Campaña en televisión nacional logró alcanzar a un 86% del grupo objetivo.
- 3.6 La difusión de la Campaña en radio nacional logró alcanzar a un 40.6% del grupo objetivo de padres de familia y un 28.7% del grupo objetivo de estudiantes.
- 3.7 La empresa que emitió publicidad online cumplió con emitir las 425,000 impresiones totales según pauta aprobada.
- 3.8 Actualmente no se cuenta con estudios de medición de medios radiales y televisivos a nivel regional.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Despacho Ministerial

Oficina General de Comunicación
Social y Participación Ciudadana

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 – 2016"

Es todo cuanto debo informar.

Atentamente,

Roxana Tala Mohanna
Especialista de OGECOP

Con la conformidad del funcionario que suscribe, remítase el presente Informe y sus antecedentes a la Jefa de OGECOP, para su atención correspondiente.



Paola Baltazar Zuniga
Jefa de la Oficina de Comunicación Social