"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

Mejores peruanos Siempre

INFORME N° 080-2019-MINEDU/SG-OGC-OCOM-ACZ

A	:	**CARLA KARINA SAAVEDRA VELAZCO** Jefa de la Oficina de Comunicaciones
De	:	**ALEX CORRALES ZABARBU** Coordinador de Publicidad y Marketing Social
Asunto	:	Resultados Vía Indicadores de Desempeño Publicidad Estatal III Trimestre 2019
Fecha	:	10 de setiembre de 2019

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

I. ANTECEDENTES

Durante el III trimestre del 2019 se tuvieron datos de la siguiente campaña publicitaria:

1.1. Programa Educativo Radial "La Escuela del Aire"

La Dirección General de Educación Básica Alternativa, Intercultural Bilingüe y de Servicios Educativos en el Ámbito Rural (Digeibira) es responsable de formular políticas, planes y documentos normativos para la educación básica alternativa, intercultural bilingüe y los servicios educativos brindados en instituciones educativas multigrado monolingüe castellano y los servicios educativos específicos para el ámbito rural, así como de dirigir de manera articulada su implementación.

En tal sentido, la Digeibira viene implementando varias políticas educativas de cierre de brechas, entre ellas la educación básica alternativa, intercultural bilingüe, educación para ámbitos rurales, educación comunitaria, así como la implementación de acciones destinadas a una atención educativa a la población afroperuana y de atención a la primera infancia indígena.

Al mismo tiempo, el Ministerio de Educación, en el marco de la promoción de una educación intercultural en el sistema educativo, debe desarrollar acciones de difusión y sensibilización para el reconocimiento y valoración de la diversidad cultural y lingüística.

De acuerdo con las características socioculturales de la población y del territorio donde se asienta el público objetivo, se opta por una estrategia comunicacional que tiene como vehículo principal la radio, ya que esta permite llegar a más personas, en su lengua originaria, según sea el caso, y en virtud de que entre los hábitos de consumo informativo de la población se encuentra la radio como medio para informarse, reflexionar y tomar decisiones.

Ante la necesidad de garantizar un adecuado conocimiento de estas políticas educativas se desarrolla la estrategia comunicacional denominada "Programa Educativo Radial La Escuela del Aire".

Conforme al artículo 3.° de la Ley 28874, para la realización de publicidad estatal se deberá cumplir, entre otros requisitos, con la presentación del Plan de Estrategia

Publicitaria del Ministerio de Educación 2019, el cual será elaborado de acuerdo con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; adecuándose también a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.

En tal sentido, **la campaña "Programa Educativo Radial La Escuela del Aire" se incluyó en el Plan de Estrategia Publicitaria 2019, aprobado mediante la Resolución Ministerial N.° 041- 2019-MINEDU y modificado con la Resolución Ministerial N.° 287-2019-MINEDU con un presupuesto de S/ 240 000,00 (doscientos cuarenta mil soles).**

La campaña radial está dirigida a los padres, madres, docentes y público en general que viven en contextos bilingües de diversidad cultural y lingüística, en zonas rurales monolingües castellanas. Estas localidades no forman parte, en su mayoría, de los estudios de audiencia radial que realizan empresas como CPI, por lo que la Digeibira, en coordinación con las unidades de gestión educativa descentralizadas como las DRE y UGEL, y personas en las comunidades, recoge información cualitativa para determinar las emisoras de radiodifusión, su ámbito de cobertura, audiencia, programación, entre otros, a fin de contar con un Plan de Medios que responda a las necesidades de la dirección general. Con los detalles de las necesidades, la empresa **Speedymen's S.A.C. a base de sustentos técnicos elaboró la estrategia y el plan de medios (Orden de Servicio N° 0003952-2018 y N° 0000660-2019).**

El Plan de Medios contiene la sustentación de las emisoras por cobertura, costos, horarios, según las sedes focalizadas, así como la sustentación de la necesidad de utilizar un medio de comunicación (radiodifusión) como vehículo principal para el logro de la estrategia.

1.2.Actividades del Minedu

La Oficina General de Comunicaciones tiene como función diseñar, proponer y conducir la estrategia comunicacional del Ministerio, así como asistir a los órganos y unidades orgánicas en las materias de su competencia.

Ante la necesidad de parte de la comunidad educativa de información sobre las actividades y servicios que brinda el Ministerio de Educación, desarrolla la campaña "Actividades del Minedu".

Conforme el artículo 3° de la Ley N° 28874, para la realización de publicidad estatal, se deberá cumplir, entre otros requisitos, con la presentación del Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2019, el mismo que será elaborado acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; adecuándose también a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.

En tal sentido, la campaña publicitaria "Actividades del Minedu" se incluyó en el Plan de Estrategia Publicitario 2019 **aprobado mediante la Resolución Ministerial N.° 041- 2019-MINEDU y modificado con la Resolución Ministerial N.° 287- 2019-MINEDU con un presupuesto de S/ 930 000,00 (novecientos treinta mil soles).**

La Oficina General de Comunicaciones 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, mediante la Orden de Servicio N° 0003952-2018 y N° 0000660-2019 se contrató a la empresa **Speedymen's S.A.C.** para que a base de sustentos técnicos elabore la estrategia, el plan de medios e informe sobre la efectividad de la misma y los logros cuantificables alcanzados.

Los criterios utilizados en el plan para seleccionar los medios de difusión fueron consumo de medios, lectoría en el caso de diarios, alcance en medios digitales, rentabilidad en los costos, eficacia, ventajas competitivas que sustentan de modo razonable e indiscutible su elección para satisfacer las necesidades de difusión.

1.3. Campaña Convocatoria a procesos de admisión de la Escuela Nacional Superior de Ballet

El artículo 28° de los Estatutos de la Escuela Superior Nacional de Ballet establece que la Oficina de Comunicaciones y Producción Cultural, contempla que el departamento de Imagen Institucional es el responsable de conducir las funciones de sistemas de comunicación que comprenden relaciones públicas, protocolo, prensa, publicidad y marketing, entre otras actividades de comunicación interna y externa.

En base a la RM N° 041-2019-MINEDU **y la RM N.° 287- 2019-MINEDU** que aprobó la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 se incluye la campaña: Convocatoria a procesos de admisión de la Escuela Nacional Superior de Ballet.

Considerando lo expuesto y según el público objetivo de la ENSB, sus necesidades comunicacionales, misión y visión, la ENSB optó por publicitar en redes sociales, tal y como se plantea en el PEP 2019.

1.4. Campaña Presentaciones Artísticas de la Escuela Nacional Superior de Ballet

En base a la RM N° 041-2019-MINEDU **y la RM N.° 287- 2019-MINEDU** que aprobó la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 se incluye la campaña: Presentaciones Artísticas de la Escuela Nacional Superior de Ballet.

Considerando lo expuesto y según el público objetivo de la ENSB, sus necesidades comunicacionales, misión y visión, la ENSB optó por publicitar en redes sociales, tal y como se plantea en el PEP 2019.

1.5. Campaña Entrega de Resultados de la ECE 2018

La Oficina de Medición de la Calidad de los Aprendizajes (UMC) es la instancia técnica del Ministerio de Educación; responsable de planificar, diseñar, implementar y ejecutar las evaluaciones de logros de aprendizaje de estudiantes de la educación básica, así como de producir estadísticas e indicadores de logros de aprendizaje que sirven para formular y retroalimentar la política educativa.

Ante la necesidad de informar y motivar a las familias acerca de la descarga y uso de los informes de resultados de los estudiantes que rindieron la prueba en la Evaluación Censal de Estudiantes (ECE) 2018, el Ministerio de Educación a través de la Oficina de Medición de la Calidad de los Aprendizajes (UMC), consideró pertinente desarrollar diversas acciones de difusión pública, entre ellas la campaña publicitaria "Entrega de Resultados de la ECE 2018".

El 05 de febrero de 2019, a través de la Resolución Ministerial N° 041-2019-MINEDU se aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria 2019, donde se incluye la campaña publicitaria "Entrega de Resultados de la ECE 2018".

El 17 de junio de 2019, a través de la Resolución Ministerial N° 287-2019-MINEDU se aprueba la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019, donde se actualizó el periodo de ejecución de la campaña "Entrega de Resultados de la ECE 2018".

En cumplimiento con el memorándum N° 0662-2018-MINEDU/SG-OGC, la Oficina General de Comunicaciones (OGC) fue quien proporcionó el plan de medios para la campaña publicitaria: "Entrega de Resultados ECE 2018" a la Oficina de Medición de la Calidad de los Aprendizajes.

Los criterios utilizados en el plan para seleccionar los medios de difusión fueron: consumo de medios, sintonía, alcance, rentabilidad en los costos, eficacia y ventajas competitivas que sustentan de modo razonable e indiscutible su elección para satisfacer las necesidades de difusión.

II. ANÁLISIS

2.1 Programa Educativo Radial La Escuela del Aire

El Ministerio de Educación, a través de la Dirección General de Educación Básica Alternativa, Intercultural Bilingüe y de Servicios Educativos en el Ámbito Rural (Digeibira), puso en marcha la campaña "Programa Educativo Radial La Escuela del Aire" y se incluyó en el Plan de Estrategia Publicitaria 2019 que tiene como principal difundir la implementación de políticas, actividades y servicios de educación básica alternativa, educación intercultural bilingüe, educación en ámbitos rurales, educación comunitaria y educación intercultural para todos, con el fin de fomentar el reconocimiento, la valoración y conservación de la diversidad cultural y lingüística.

El servicio de difusión de la campaña "Programa Educativo Radial La Escuela del Aire" se contrató con presupuesto de la Unidad Ejecutora 026, específica de gasto 2.3.22.41. Los medios de difusión contratados para la campaña son los que figuran en la tabla adjunta al presente informe.

A la fecha el Programa Educativo Radial La Escuela del Aire está ejecución y continuará hasta diciembre de 2019, por lo que aún no se cuenta con resultados de su difusión.

Los indicadores se muestran de la siguiente manera de acuerdo a los criterios de elección de las emisoras aprobados en el Plan de Medios en la cual se seleccionó a 36 radios de provincias focalizadas por la cobertura y la intervención de la Digeibira.

Total de horas de emisión	360 (10 horas por cada emisora)
Emisoras de radiodifusión	36 emisoras
Ámbito de la cobertura	21 regiones del Perú
Informes de producción y difusión	21 informes de producción

2.2. Actividades del Minedu

El Ministerio de Educación – Minedu, a través de la Oficina General de Comunicaciones, ha puesto en marcha la campaña publicitaria "Actividades del

Minedu" que tiene como objetivo promover que la ciudadanía se informe y acceda a los servicios del Ministerio de Educación. La emisión de la campaña se realizará en el IV trimestre del 2019, por lo que aún no se cuenta con resultados de su difusión.

El servicio de difusión de la campaña "Actividades del Minedu" es contratado con presupuesto de la Unidad Ejecutora 024, con la específica de gasto 2.3.2.2.4.1. Los medios de difusión contratados para la campaña son los que figuran en la tabla adjunta al presente informe.

El público objetivo de la campaña "Actividades del Minedu" es público en general: líderes de opinión, docentes y directores, padres y madres de familia, sociedad civil, empresarios, autoridades y estudiantes en general.

2.3. Campaña Convocatoria a procesos de admisión de la Escuela Nacional Superior de Ballet

La Campaña de Convocatoria de Procesos de Admisión de la ENSB está cumpliendo con sus objetivos de comunicación propuestos (dar a conocer los procesos de admisión 2019 y atraer postulantes a los exámenes y cursos de la ENSB).

La Orden de Servicio N° 0039 notificada a la Empresa Editora El Comercio S.A. es por todo el 2019. Recién se ha ejecutado dos periodos de tres.

Con respecto al servicio de anuncios publicitarios en medios digitales para la campaña publicitaria "Convocatoria a procesos de admisión de la Escuela Nacional Superior de Ballet", con la Empresa Editora El Comercio S.A. se lograron resultados positivos según su informe:

- YouTube (reproducción de video), se contrataron 5,333 vistas, sin embargo, se entregaron 6,857, por lo que el número de vistas se mejoró en 1,524.
- Facebook (respuesta a eventos), con una cantidad de respuestas obtenidas de 1,941 con 478,204 impresiones.
- Facebook (interacción con publicación) se alcanzó 2,225 interacciones con 138,254 impresiones.
- Instagram (News e Stories), se obtuvo un total de alcance de 31,487 con 49,563 impresiones.

2.4. Campaña Presentaciones Artísticas de la Escuela Nacional Superior de Ballet

La Campaña Presentaciones Artísticas de la ENSB (campaña sobre el XIV Festival Internacional de Jóvenes Bailarines) se llevó a cabo del 15 de agosto al 30 de setiembre del 2019. El proveedor de la ENSB aún no reporta los resultados de la difusión.

2.5. Entrega de Resultados de la ECE 2018

El Ministerio de Educación, a través de la Oficina de Medición de la Calidad de los Aprendizajes, puso en marcha la campaña "Entrega de Resultados ECE 2018", que tuvo como principal objetivo motivar a los padres y madres de familia para la descarga y uso de los informes de resultados de la ECE 2018 de sus hijos. La campaña se difundió del 14 al 26 de agosto de 2019.

El servicio de difusión de la campaña "Entrega de Resultados ECE 2018" se contrató con presupuesto de la Unidad Ejecutora 026, cuya Específica de Gasto fue 2.3.2.2.4.1. La inversión total de difusión en medios fue de S/. 419,372.00 soles. El detalle de medios de difusión contratados se encuentra en la tabla adjunta.

El público objetivo de la campaña fueron padres de familia y madres de familia de estudiantes de primaria y secundaria de los grados evaluados en la ECE 2018, cuya incidencia a nivel estadístico se planificó para hombres y mujeres entre 26 y 49 años de edad de todos los NSE.

Al término de la campaña publicitaria "Entrega de Resultados ECE 2018", las empresas contratadas, según el plan de medios, consignaron en sus informes finales.

Los indicadores de desempeño en televisión y radio de la campaña publicitaria fueron:

- **Alcance P. O.:** Cantidad de personas del público objetivo que fueron impactadas con la campaña publicitaria durante un periodo determinado.
- **Frecuencia:** Promedio de veces que una persona escuchó el aviso.
- **TGRPs:** Sumatoria de puntos de rating.
- **Alcance +1 y +3:** Cantidad de veces que las personas alcanzaron a oír el spot.

Los resultados vía indicadores de desempeño en radio fueron:

Indicador	Resultado alcanzado
Alcance	40.1%
Frecuencia	5.7 veces
TGRPs	228.9%
Alcance +1	40.1%
Alcance +3	26.0%

Fuente: Informe final de verificación y cumplimiento de la pauta de la campaña publicitaria "Entrega de Resultados ECE 2018" de la empresa SPEEDYMEN´S S.A.C.

Los indicadores de desempeño en digital de la campaña publicitaria fueron:

- **Reproducciones:** cantidad de veces que un video fue reproducido.
- **Clic:** cantidad de veces que un usuario hace clic en un anuncio.
- **Vistas/impresiones:** cantidad de vistas de un anuncio por todos los usuarios.

Los resultados vía indicadores de desempeño en digital de la campaña publicitaria fueron:

SITIO	FORMATO	TARGETING	COMPRAS REALIZADAS / PROYECTADAS	REPRODUCCIONES OBTENIDAS	IMPRESIONES OBTENIDAS	CLICS OBTENIDOS	CUMPLIMIENTO
INSTAGRAM	POST VIDEO	PERÚ	100,000 reproducciones	136,200	-	-	136.20%

INSTAGRAM	POST VIDEO	PERÚ	18,553 clics	-	-	18,566	100.07%
FACEBOOK	PAGE POST AD	PERÚ	22,159 clics	-	-	23,219	104.78%
FACEBOOK	PAGE POST AD	PERÚ	123,078 reproducciones	168,734	-	-	137,10%
YOUTUBE	VIDEO IN STREAM	PERU	233,050 reproducciones	308,968	-	-	132.58%
WEB (ECOMEDIA)	VIDEO INLINE DESKTOP/MOVIL	PERÚ	200 impresiones	-	201,023	-	100,51%
WEB RPP	INREAD	PERU	110 impresiones	-	110,226	-	100.23%
WEB LA REPÚBLICA	VIDEO IN TEXT	PERU	150 impresiones	-	152,388	-	100.39%

Fuente: Informe final de verificación y cumplimiento de la pauta de la Campaña "Entrega de Resultados ECE 2018" de la empresa SPEEDYMEN´S S.A.C.

III. CONCLUSIONES GENERALES

Las campañas publicitarias del Minedu del III trimestre del 2019 han contribuido y vienen contribuyendo a los fines de la institución.

Es todo cuanto debo informar.

Atentamente,

ALEX CORRALES ZABARBU
Coordinador de Publicidad y Marketing Social

Con la conformidad del funcionario que suscribe, remítase el presente informe a la Oficina de Prensa con copia al Órgano de Control Institucional, para sus fines correspondientes.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Oficina de Comunicaciones - JEFE

CARLA KARINA SAAVEDRA VELAZCO
Jefa de la Oficina de Comunicaciones

PUBLICIDAD ESTATAL EN BASE A LO NORMADO EN EL ARTÍCULO 51º DE LA LEY Nº 28278

SECTOR: EDUCACIÓN
ENTIDAD: MINISTERIO DE EDUCACIÓN
TRIMESTRE/AÑO: 3er TRIMESTRE 2019

DETALLE (Campaña, Aviso o Spot Publicitario)	MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZADO (Radio, TV, Escrito u otro)	EMPRESA	SUSTENTO O MOTIVO DE LA PUBLICIDAD	N° DE CONTRATO U OTRO (Orden de Servicio)	FECHA DE SUSCRIPCIÓN DEL CONTRATO U OTRO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO (RO, RDR U OTRO)	MONTO DEL CONTRATO	Monto de los contratos suscritos en el 3er trimestre 2019 (4)	OBSERVACIONES
	RADIO PROVINCIAS	PUMARICRA CARDOZO LUZ MARIBEL		3265	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 7,500.00		Radio Nieva 98.1 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre..
	RADIO PROVINCIAS	LEON MARTINEZ EDIXSON FERNANDO		3246	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 6,870.00		Radio Chévere 96.7 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	ORTIZ CACERES JOSE CARLOS		3183	17/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,770.00		Radio Apurímac 99.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	RADIO INKA TROPICAL AM FM EIRL		3262	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 3,900.00		Radio Inka Tropical 91.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	RODRIGUEZ GALINDO MARITZA		3245	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,770.00		Radio Chalhuanca 97.7 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	RADIO MELODIA S.A.		3268	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 16,800.00		Radio Melodía 104.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	PROMOTORA RADIAL EIRL		3254	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 7,020.00		Estación Wari 95.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	RADIO COBRIZA 2000 SAC		3172	17/05/2019	RO (UE 026)	S/ 7,800.00		Radio Cobriza 2000 94.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	BURGA VASQUEZ ISMAEL		3149	17/05/2019	RO (UE 026)	S/ 6,600.00		Radio Visión 102.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.

PUBLICIDAD ESTATAL EN BASE A LO NORMADO EN EL ARTÍCULO 51º DE LA LEY Nº 28278

SECTOR: **EDUCACIÓN**
ENTIDAD: **MINISTERIO DE EDUCACIÓN**
TRIMESTRE/AÑO: **3er TRIMESTRE 2019**

	RADIO PROVINCIAS	LOBATO YARANGO JUAN ELEUTERIO		3244	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 7,800.00		Radio Campesina 1380 AM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	PRODUCTORA MUSICAL FLOWER RADIO SANTA MONICA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA		3242	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 10,500.00		Santa Mónica 93.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	CEMCOS QUILLABAMBA PERU		3241	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 5,550.00		Radio Quillabamba 91.1 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	BENDEZU MORA JULIO LUIS		3256	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 3,750.00		Radio Selva 105.1 FM – 1500 AM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	WISKA COMUNICACIONES SAC.		3251	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,200.00		Radio Cultura 106.7 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	BREÑA GUTIERREZ MARIA CANDELARIA		3249	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,050.00		Radio Impacto 96.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	RADIO ONDAS DEL HUALLAGA SAC		3292	23/05/2019	RO (UE 026)	S/ 7,800.00		Radio Ondas del Huallaga 88.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	AMAUTA RADIO SAC		3114	16/05/2019	RO (UE 026)	S/ 5,520.00		Radio El Amauta 91.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
Programa Educativo Radial La Escuela del Aire	RADIO PROVINCIAS	VASQUEZ VASQUEZ OFELIA VICENTA	Difundir la implementación de las políticas, actividades y servicios de educación básica alternativa, educación intercultural bilingüe, educación en ámbitos rurales, educación comunitaria y educación intercultural para todos, con el fin de fomentar el reconocimiento de la diversidad cultural y lingüística.	3110	16/05/2019	RO (UE 026)	S/ 3,750.00		Radio Marginal 102.1 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	EMPRESA DE RADIODIFUSION ESCALA DE ORO EIRL		3255	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,035.00		Radio Scala de Oro 107.1 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.

PUBLICIDAD ESTATAL EN BASE A LO NORMADO EN EL ARTÍCULO 51º DE LA LEY Nº 28278

SECTOR: **EDUCACIÓN**
ENTIDAD: **MINISTERIO DE EDUCACIÓN**
TRIMESTRE/AÑO: **3er TRIMESTRE 2019**

	RADIO PROVINCIAS	INSTITUTO DE PROMOCION SOCIAL AMAZONICA	3140	16/05/2019	RO (UE 026)	S/ 9,300.00		Radio La Voz de la Selva 93.9 emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	SHIROSHIRO PRODUCCIONES E.I.R.L.	3185	17/05/2019	RO (UE 026)	S/ 9,750.00		Radio RTV Total 98.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	LOVO TELLO RODOLFO PEDRO	3257	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 6,000.00		Radio Feroz 98.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	BANEO GUERRERO RUBY CELESTE YOLITA	3238	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 6,000.00		Radio Onda Mix 98.7 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	ROMERO CHUJUTALLI ALEX	3239	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,500.00		Radio Libertad 94.5 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	JHC EIRL	3250	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 5,880.00		Radio JHC 107.7 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	CEMCOS QUILLABAMBA PERU	3184	17/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,125.00		Radio Madre de Dios 92.5 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	RADIO AMERICANA EIRL	3260	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 13,050.00		Radio Americana 95.7 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	LOPEZ RIVERA DIONICIO HORLANDO	3267	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,800.00		Radio Sembrador 101.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	SERVICIOS TAVARA RUBIO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3108	16/05/2019	RO (UE 026)	S/ 4,110.00		Radio La Buenaza 93.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.

PUBLICIDAD ESTATAL EN BASE A LO NORMADO EN EL ARTÍCULO 51º DE LA LEY Nº 28278

SECTOR: **EDUCACIÓN**
ENTIDAD: **MINISTERIO DE EDUCACIÓN**
TRIMESTRE/AÑO: **3er TRIMESTRE 2019**

	RADIO PROVINCIAS	INS DE DESARROLLO EDUC Y ASESORIA LEGAL		3248	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 11,925.00		Radio Pachamama 850 AM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	MORALES ARACAYO DOMINGA		3253	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 6,300.00		Radio Nevada Líder 100.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	RADIO TELEVISION DOBLE RL EIRL		3240	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 7,500.00		Radio Millenium 106.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	EMPRESA RADIODIFUSORA ESTACION R.M S.R.LTDA.		3247	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 6,375.00		Radio La Estación 97.1 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	EMPRESA DIFUSORA DEL PROGRESO EIRL		3180	17/05/2019	RO (UE 026)	S/ 8,250.00		Radio del Progreso 107.7 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	VELASQUEZ AGUIRRE RAUL BALDOMERO		3266	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 5,250.00		Radio Sensación 93.9 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
	RADIO PROVINCIAS	SALAZAR UZURIAGA MARCIA ESTER		3243	20/05/2019	RO (UE 026)	S/ 3,900.00		Radio Amazónica 93.3 FM emitió 10 horas de programa en el III trimestre.
			SUB TOTALES				**240,000.00**		
Actividades del Minedu	DIARIOS Y MEDIOS DIGITALES	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO	Promover que la ciudadanía se informe y acceda a las actividades y servicios del Ministerio de Educación	N.° 057-2019-MINEDU/SG-OGA-OL	27/06/2019	UE 024	S/ 321,521.05		14 avisos en diarios y 1240000 impresiones digitales.
	DIARIOS Y MEDIOS DIGITALES	GRUPO LA REPÚBLICA PUBLICACIONES S.A.		N.° 056-2019-MINEDU/SG-OGA-OL	26/06/2019	UE 024	S/ 138,352.64		16 avisos en diarios y 960000 impresiones digitales
	INTERNET Y REDES SOCIALES	HAVAS MEDIA PERÚ SAC		N.° 108-2019-MINEDU/SG-OGA-OL	30/09/2019	UE 024	S/ 199,927.58	S/ 199,927.58	168012 clics y 384621 reproducciones en Facebook 91910 clics y 318644 reproducciones en Instagram 805010 reproducciones en YouTube

PUBLICIDAD ESTATAL EN BASE A LO NORMADO EN EL ARTÍCULO 51º DE LA LEY Nº 28278

SECTOR: EDUCACIÓN
ENTIDAD: MINISTERIO DE EDUCACIÓN
TRIMESTRE/AÑO: 3er TRIMESTRE 2019

SUB TOTALES							**659,801.27**	**199,927.58**	
Entrega de Resultados de la ECE 2018	RADIO MEDIOS VIRTUALES	GRUPORPP S.A.C.	Informar oportunamente y motivar a las familias acerca del recojo y uso de los resultados de la participación de sus hijos en la ECE 2018. Informar a la opinión pública que los resultados de la ECE 2018 se encuentran disponibles.	N° 076-2019-MINEDU/SG-OGA-OL	14/08/2019	RO (UE 026)	S/ 171,740.74	S/ 171,740.74	50 avisos radiales en RPP 110000 impresiones en RPP.pe
	RADIO	CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C.		N° 077-2019-MINEDU/SG-OGA-OL	14/08/2019	RO (UE 026)	S/ 66,301.25	S/ 66,301.25	58 avisos radiales en Moda
	RADIO	CORPORACIÓN UNIVERSAL S.A.C.		N° 078-2019-MINEDU/SG-OGA-OL	14/08/2019	RO (UE 026)	S/ 69,384.00	S/ 69,384.00	48 avisos radiales en La Karibeña
	MEDIOS VIRTUALES	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A.		5221	06/08/2019	RO (UE 026)	S/ 6,251.64	S/ 6,251.64	200000 impresiones en los portales ECOMEDIA
	MEDIOS VIRTUALES	GRUPO LA REPÚBLICA PUBLICACIONES S.A.		5219	06/08/2019	RO (UE 026)	S/ 6,195.00	S/ 6,195.00	150000 impresiones en LaRepublica.pe
	MEDIOS VIRTUALES	TOOLS S.A.C.		5217	06/08/2019	RO (UE 026)	S/ 33,499.82	S/ 33,499.82	18553 clics y 100000 reproducciones en Instagram
	MEDIOS VIRTUALES	NATIVOS DIGITALES S.A.C.		5223	06/08/2019	RO (UE 026)	S/ 32,999.88	S/ 32,999.88	22159 clics y 123078 reproducciones en Facebook
	MEDIOS VIRTUALES	IN DIGITAL PERÚ S.A.C.		5220	06/08/2019	RO (UE 026)	S/ 32,999.88	S/ 32,999.88	233050 reproducciones en YouTube
SUB TOTALES							**419,372.21**	**419,372.21**	
Convocatoria a Procesos de Admisión de la ENSB	MEDIOS DIGITALES	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO	Dar a conocer los procesos de admisión 2019 y atraer a más postulantes a los examenes de admisión y cursos de la Escuela Nacional Superior de Ballet.	039	20/02/2019	UE 122	S/ 24,999.50		La orden de servicio es por todo el 2019, recien van dos periodos de tres.
SUB TOTALES							**24,999.50**	**0.00**	
Presentaciones Artisticas 2019 de la ENSB	MEDIOS DIGITALES	TEMPLATES ART SAC	Atraer al público externo a asistir a las diferentes presentaciones artísticas de la ENSB.	181	09/08/2019	UE 122	S/ 22,950.00	S/ 22,950.00	La ENSB está esperando el informe final de la difusión.
SUB TOTALES							**22,950.00**	**22,950.00**	
TOTALES							**1,367,122.98**	**642,249.79**	