



PERÚ

Ministerio  
de Educación

# Educación técnico productiva y superior tecnológica

---

Plan de Campaña Nacional



PERÚ

Ministerio  
de Educación

# Público Objetivo

Estudiantes de la educación básica a partir de los 13 años.

Egresados de la educación básica hasta los 20 años que deciden su futuro inmediato, seguir con su ruta formativa.





PERÚ

Ministerio  
de Educación

Persona de Comprador General

# Ana Nuñez



## Antecedentes/ psicografía

¿Trabajo? ¿Trayectoria profesional?  
¿Familia? ¿Estilo de vida? ¿Edad? ¿Ingreso?

- Está comenzando su último año en el colegio.
- Vive en San Juan de Lurigancho
- Sueña con viajar por el Perú con sus amigas y amigos.
- Aún no sabe qué estudiar, piensa en una universidad aunque también ha escuchado algo de institutos por la tele y en redes sociales.

## Citas reales

*Sobre metas, desafíos, etc.*

- Quiero superarme por mi misma y para sacar a mi familia adelante.
- Dejar de estudiar no es una opción que quisiera
- Si las cosas se ponen difíciles, tendré que dejar los estudios.
- Mientras antes pueda terminar la carrera, mejor.

## Identificadores

*¿Preferencia de comunicacion? ¿Plataformas de redes sociales?*

- Tik Tok
- WhatsApp
- Instagram
- YouTube
- Roblox/Fortnite

## Mensaje de marketing

*¿Cómo puede describir su solución para tener el mayor impacto en su persona?*

- Existen más de 474 carreras que encajan con tus gustos personales.
- Inserción laboral más rápida, con las carreras técnicas y tecnológicas.
- Tu sueño cumplido. Ahora.

## Metas / Desafíos

*¿Con qué lucha esta persona en relación con el logro de sus metas? ¿Qué sirve como obstáculo para el éxito de esta persona?*

- Cumplir las expectativas familiares
- Cumplir la expectativa personal de realizar sus sueños
- Poder balancear sueños, trabajo y placer

## ¿Qué podemos hacer?

*... para ayudar a nuestra persona a lograr sus objetivos? ...  
para ayudar a nuestra persona a superar sus desafíos?*

- Brindar información clara sobre oferta formativa, tipos de trabajo y expectativa salarial.
- Presentar casos de éxito.

- Tu formación vale. Luego puedes convalidar para obtener un título de bachiller universitario con la Ley de Institutos y Escuelas.

# Roxana Jiménez



## Antecedentes/ psicografía

¿Trabajo? ¿Trayectoria profesional?  
¿Familia? ¿Estilo de vida? ¿Edad? ¿Ingreso?

- Posee un trabajo vinculado a las ventas o comercio.
- Puede que haya estudiado una carrera técnica o no haya terminado su formación profesional
- Tiene mucho de aprendizaje a lo largo de la vida, experiencia laboral.
- Está comprometida con su familia, son cuatro, ella su esposo y sus dos hijos.
- Quiere que sus hijos estudien más que ella.
- Realizan actividades desde entretenimiento en casa y fuera de ella.
- Le gusta ir a los supermercados y centros comerciales.
- Pertenece a la generación X
- Debe de contar con un ingreso promedio de 1800 soles mensuales.



PERÚ

Ministerio  
de Educación

Persona de Comprador General

## Citas reales

*Sobre metas, desafíos, etc.*

- Quiere que sus hijos sean más que ella, que tengan estudios profesionales.
- Le gustaría poder viajar y conocer más el país.
- Su desafío es encargarse de la casa y de su familia además de su trabajo.

## Identificadores

*¿Preferencia de comunicación? ¿Plataformas de redes sociales?*

- Se le puede llamar consumidor digital.
- Utiliza el facebook como red social predominante. También el twitter.
- Todavía ve televisión, television por cable.
- También habla por teléfono.

## Mensaje de marketing

*¿Cómo puede describir su solución para tener el mayor impacto en su persona?*

- Brindar información sobre los beneficios de estudiar en un IEST.
- Brindar los beneficios de estudiar en una escuela
- Mostrar los beneficios profesionales
- Mostrar los beneficios económicos
- Brindar información sobre los programas que se pueden estudiar en la educación Superior Tecnológica.
- Brindar información sobre las plazas laborales en espacios específicos, lo mismo que el nexo con el sector productivo para darle mayor validez.

## Metas / Desafíos

*¿Con qué lucha esta persona en relación con el logro de sus metas? ¿Qué sirve como obstáculo para el éxito de esta persona?*

- Cumplir las expectativas familiares
- Cumplir la expectativa personal de realizar sus sueños
- Poder balancear sueños, trabajo y placer

## ¿Qué podemos hacer?

*... para ayudar a nuestra persona a lograr sus objetivos? ... para ayudar a nuestra persona a superar sus desafíos?*

- Brindarle una educación de calidad para sus hijos.
- Darle la oportunidad que se profesionalice y tenga un ascenso salarial.
- Que pueda contar con apoyo en casa para la limpieza y la cocina.

# Sector Productivo



## Antecedentes / psicografía

¿Trabajo? ¿Trayectoria profesional?  
¿Familia? ¿Estilo de vida? ¿Edad? ¿Ingreso?

- Requieren personal de la educación técnica constantemente.
- Aprovechan las competencias de la educación superior tecnológica para el Desarrollo del sector.
- Ofrecen sueldos competitivos y ofrecen retorno más rápido.
- Podemos encontrar en el sector grandes empresas (ventas anuales sobrepasan las 2,300 UIT) y medianas empresas (ventas anuales sobrepasan las 1,700 UIT pero no exceden de 2,300 UIT).
- Promueven la certificación y actualización constantemente.
- Invierten en su personal y promueven la línea de carrera, lo que genera menos rotación de personal.
- Es un sector que requiere innovación en su producción.



PERÚ

Ministerio de Educación

Persona de Comprador General

## Metas / Desafíos

¿Con qué lucha esta persona en relación con el logro de sus metas? ¿Qué sirve como obstáculo para el éxito de esta persona?

- En el sector se evidencian conflictos socioambientales.
- Se depende mucho de las políticas del estado.
- El Clima o los eventos climáticos impactan en el sector.

## ¿Qué podemos hacer?

... para ayudar a nuestra persona a lograr sus objetivos? ... para ayudar a nuestra persona a superar sus desafíos?

- Se pueden realizar campañas en conjunto para mostrar la importancia del sector en el país y las oportunidades laborales que este permite.
- Mostrar la importancia en la selección de personal capacitado fomentando el interés por la educación superior tecnológica.

## Citas reales

Sobre metas, desafíos, etc.

- Promover la innovación en el sector.
- Crecimiento sostenible de su empresa.
- Generar mejores relaciones con los diferentes stakeholders del sector.

## Identificadores

¿Preferencia de comunicación? ¿Plataformas de redes sociales?

- La comunicación de este sector se realiza a los diferentes stakeholders según el medio requerido.
- Comunicación directa con las comunidades aledañas.
- Comunicación con las autoridades
- Comunicación con los inversores.
- Comunicación con el público en general

## Mensaje de marketing

¿Cómo puede describir su solución para tener el mayor impacto en su persona?

- Necesidad de personal capacitado para cubrir las necesidades laborales del sector con estudiantes y egresados de la educación superior tecnológica.
- Brindar información sobre los programas de estudio vinculados a este sector, así como sus capacitaciones constantes.

# Hallazgos clave de la investigación



PERÚ

Ministerio de Educación



PERÚ

Ministerio  
de Educación

**Educación • Futuro • Mejora**

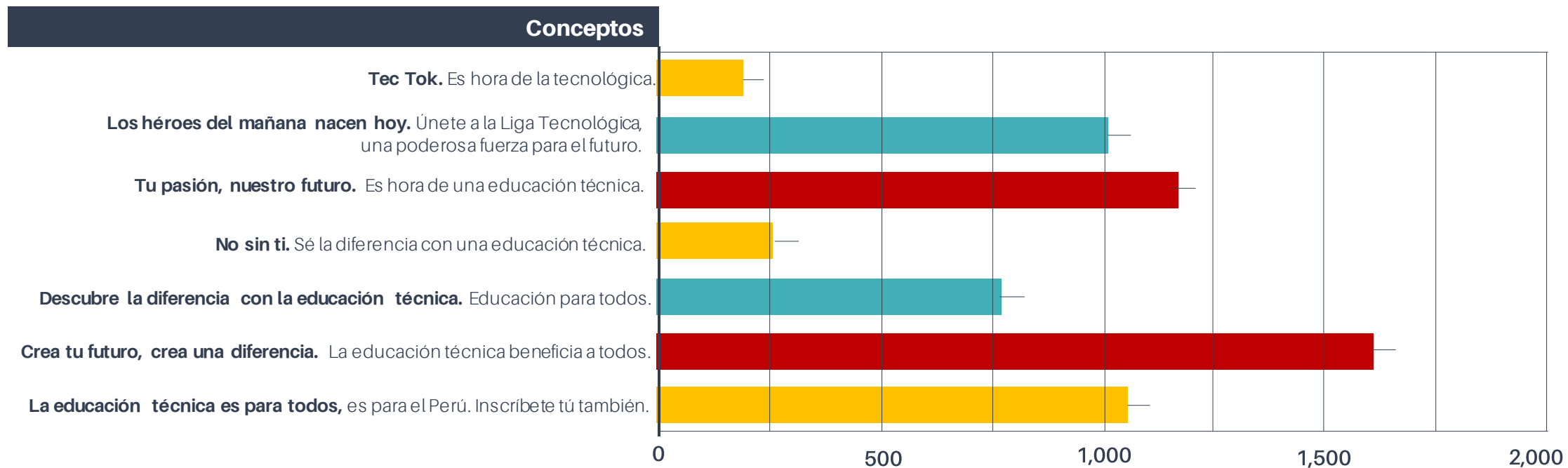


PERÚ

Ministerio de Educación

# Investigación

Resultados encuestas: 3500 respuestas (Estudiantes entre 13 y 20 años)





# Propuesta estratégica

## Resumen



PERÚ

Ministerio  
de Educación

# Concepto Estratégico de Campaña

**Concepto:** Con educación técnica y tecnológica, construye un mejor futuro hoy.

## Se desea comunicar:

Se desea revalorizar la educación técnico-productiva superior tecnológica, comunicando las posibilidades que brinda: diversidad, reconocimiento y rapidez, lo que permite cambiar rápidamente el futuro personal y profesional con impacto en la región y el país.

## Valores

Diversidad de oferta formativa.  
Reconocimiento de aprendizajes.  
Rapidez de estudio.  
Reconocimiento personal, familiar, local.



# Características clave

Segmentación del público . Mensajes diseñados que prioricen públicos Específicos en cuanto a tono, estilo y plataformas de comunicación.

**Articulación interinstitucional. Como parte de la estrategia usaremos a nuestras instituciones como aliadas para la difusión de los mensajes.**

- Se compartirá un kit a los comunicadores de las DRE para la difusión de los mensajes en sus plataformas propias (Redes sociales y web)
- Se compartirá un kit de comunicaciones a los Institutos y CETPRO con la finalidad que tengan una plantilla, sencilla de incluir su información para la convocatoria de los exámenes de admisión.



# Consideraciones:

- Los egresados de la educación básica regular reciben sus notas los primeros días de enero.
- Los exámenes de admisión se realizan entre quincena de marzo hasta la quincena de abril.
- El inicio de clases regularmente se realizan a finales de marzo hasta la veintena de abril.

## Fechas propuestas:

### **27 de febrero : Primera etapa "Lanzamiento"**

- La campaña tendría la duración de 15 días
- Inicio: 27 de febrero
- Finalización: 13 de marzo

### **13 de abril: Segunda etapa "Mantenimiento"**

- La segunda etapa también duraría 15 días
- Inicio segunda etapa: Finalización: 28 de abril.



# 1era etapa

## Estrategia de lanzamiento

### 01 de marzo

- Lanzamiento de la campaña publicación en redes sociales y radio
- Kits de Comunicaciones compartidos con los comunicadores de las DRE

### 02 de marzo

- Kits de Comunicaciones compartidos con IEST y CETPRO

### 03 de marzo

- Publicación de contenido en redes y páginas de la DRE (seguimiento)

### 04 de marzo

- Envío de mailing a base de datos

### 05 de marzo

- Publicación de contenido para redes sociales

### 06 de marzo

- Publicación de contenido en páginas y redes sociales de DRES (Seguimiento)

### 07 de marzo

- Publicación de video testimonial
- Envío de mailing a base de datos

### 12 de marzo

- Publicación de video testimonial
- Envío de mailing

### 13 de marzo

- Publicación en redes sociales



PERÚ

Ministerio de Educación

# 1era etapa

## Estrategia de lanzamiento

- Lanzamiento de la campaña publicación en redes sociales y radio
- Kits de comunicaciones compartidos con los comunicadores de las DRE

- Publicación de contenido en redes y páginas de la DRE (seguimiento)

- Publicación de contenido en páginas y redes sociales de DRES (Seguimiento)

- Publicación de video testimonial
- Envío de mailing
- Publicación de redes sociales





PERÚ

Ministerio  
de Educación

# 2da etapa

## Estrategia de lanzamiento

**13 de abril**

- Publicaciones en redes sociales y en radio

**15 de abril**

- Publicaciones en redes y páginas de las DRE

**18 de abril**

- Publicaciones en las redes y páginas web de los institutos

**21 de abril**

- Video de la oferta formativa con información de las carreras más requeridas

**25 de abril**

- Publicación en redes sociales

**28 de abril**

- Video testimonial / estudiantes 2022 (estudiantes que hicieron remote y presencial)

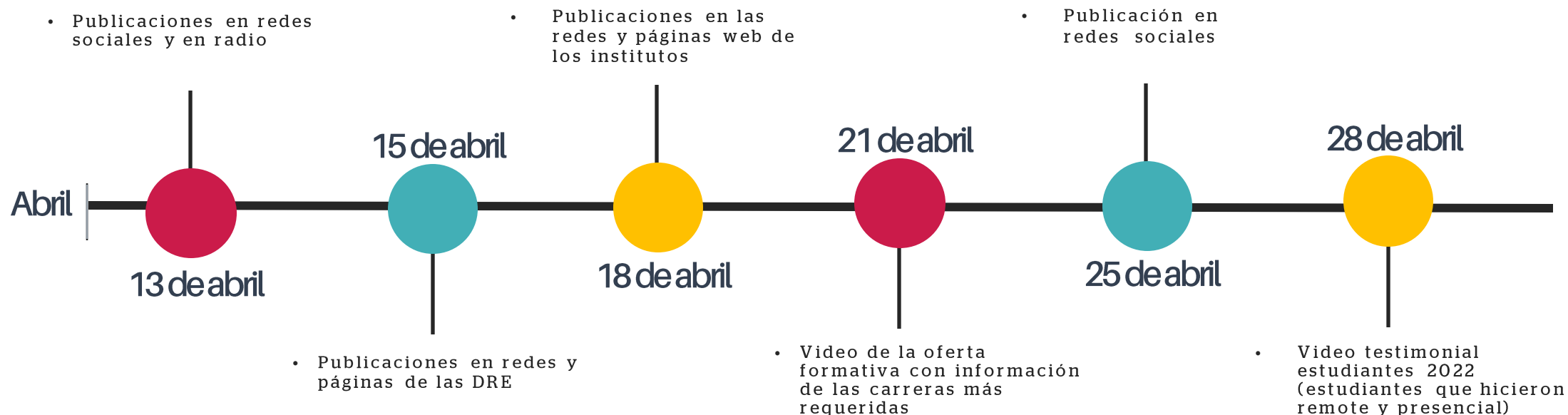


PERÚ

Ministerio de Educación

# 2da etapa

## Estrategia de lanzamiento







# Ejemplos de mensajes de campaña

Texto	Imagen	Tema/Foco
<p>Tus aprendizajes valen.</p> <p>Estudiando en institutos y CETPROs podrás convalidar tu educación técnica. Mejora tu futuro, hoy.</p> <p>Conoce más aquí <a href="#">[Link a sección Campañas]</a></p>	[Imagen: Persona joven con bata azul y casco, acción ligada a metalurgia o electrónica, representa un rol de rango medio]	Convalidación/ transitabilidad
<p>Conoce la oferta educativa de institutos y CETPROs, Mejora tu futuro, hoy. Más información aquí <a href="#">[Link a sección Campañas]</a></p>	[Imagen: Persona joven con bata azul y casco, acción ligada a metalurgia o electrónica, representa un rol de rango medio]	Estudios/Futuro/ Rapidez
<p>La mayor diversidad de oferta educativa está en la educación técnica y tecnológica. Mejora tu futuro, hoy.</p> <p>Conoce más aquí <a href="#">[Link a sección Campañas]</a></p>	[Imagen: Personas jóvenes con diversos uniformes, acciones ligadas a industrias de construcción, extractivas, electrónica, cocina, diseño, representa un rol de rango medio]	Diversidad
<p>Se necesitan más profesionales técnicos. Conoce la oferta educativa. Mejora tu futuro, hoy.</p> <p>Conoce más aquí <a href="#">[Link a sección Campañas]</a></p>	[Imagen: Persona joven con bata azul y casco, acción ligada a metalurgia o electrónica, representa un rol de rango medio, junto a su jefa/e].	Demanda laboral
<p>"Necesitamos más profesionales técnicos. Tú puedes marcar la diferencia, conoce la oferta educativa. Mejora tu futuro hoy".</p> <p>Conoce más aquí <a href="#">[Link a sección Campañas]</a></p>	[Imagen: jefa/jefe de obra representa un rol de rango alto].	Demanda laboral



PERÚ

Ministerio de Educación

# Variantes de diseño desarrolladas

**MEJORA TU FUTURO. AHORA.**

Estudia en institutos y CETPROs.

**"NECESITAMOS MÁS PROFESIONALES TÉCNICOS. TU PUEDES MARCAR LA DIFERENCIA."**

estudia en institutos y CETPROs. Un mejor futuro, hoy"

**ESTUDIA EN INSTITUTOS Y CETPROS,**

obtén un título que te brinda un mejor futuro, hoy.

**TÍTULO**

**SÉ PARTE DE LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA:**

Estudia en institutos y CETPROs te brinda un mejor futuro, hoy.

**REVO-LUCIÓN**



PERÚ

Ministerio de Educación

# Ruta gráfica priorizada

**SÉ PARTE DE LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA.**

Estudia en institutos y CETPROs.



Un mejor futuro, hoy.

**TODOS TUS APRENDIZAJES VALEN.**

Estudia en institutos y CETPROs.



Un mejor futuro, hoy.

**"NECESITAMOS MÁS PROFESIONALES TÉCNICOS."**

**TÚ PUEDES MARCAR LA DIFERENCIA.**

Estudia en institutos y CETPROs.



Un mejor futuro, hoy.

**MEJORA TU FUTURO AHORA.**

Estudia en institutos y CETPROs.



Un mejor futuro, hoy.

# Piezas

Infografía para descargar,  
sección campañas

¿Por qué

ELEGIR UNA CARRERA TÉCNICA  
Y/O TECNOLÓGICA?



Aprenderás haciendo desde el primer día, fortaleciendo tu formación práctica y especializada en situaciones reales de trabajo.



Podrás elegir entre las carreras más solicitadas como operaciones financieras, operaciones de TIC, asistencia al usuario, operaciones mineras, entre otras<sup>(1)</sup>.



Tendrás una carrera técnica ágil que te permitirá solucionar problemas aplicando lo último en innovación e investigación tecnológica.



Obtendrás conocimientos técnicos que podrás aplicar en un puesto de trabajo y/o en tu propio emprendimiento.

Tienes 1951 CETPRO, 1146 institutos y 5 escuelas para elegir.<sup>(2)</sup>

Más de 168 especialidades, programas de estudios actualizados y publicados en el Catálogo Nacional de la Oferta Formativa (CNOF).<sup>(3)</sup>

Te podrás titular como auxiliar técnico y como técnico en el CETPRO. Certificar como auxiliar técnico y titularte como técnico y profesional técnico en el IES. Asimismo, te podrás titular como profesional en la EEST.

(1) Fuente: MTPE, 2021 (Encuesta de demanda ocupacional, resultados al 2021)  
<https://www.gob.pe/institucion/mtpe/noticias/350773-el-mtpe-presenta-encuesta-de-demanda-ocupacional-al-2021>  
<http://www.minedu.gob.pe/superiortecnologica/consulta-instituto.php>

(2) Fuente: Minedu; ESCALE, 2020 (Padrón de instituciones educativas activas según el Censo Educativo 2020, semestre I)

(3) Fuente: Minedu, 2021 (Catálogo Nacional de la Oferta Formativa)  
<http://www.minedu.gob.pe/superiortecnologica/catalogo-nacional-oferta-formativa.php>

CETPRO

IES

EES



¿Dónde estudiarás?

¡Un mejor futuro, hoy!



PERÚ  
Ministerio  
de Educación



BICENTENARIO  
DEL PERÚ  
2021 - 2024

# Texto sección campañas

El texto de la sección campañas incluirá:

Enlace: Ponte en carrera <https://www.ponteencarrera.pe/pec-portal-web/>

Enlace: Consulta tu instituto <http://www.minedu.gob.pe/superior tecnologica/consulta-instituto.php>

Enlace: Catálogo Nacional de la Oferta formativa

<http://www.minedu.gob.pe/superior tecnologica/catalogo-nacional-oferta-formativa.php>

Descargable: Directorio IEST públicos

Descargable: Directorio CETPRO públicos



# Alcance esperado y universo potencial

**Alcance:** 250 mil personas durante seis meses con la campaña.

Número de institutos públicos y privados			
Tipo de I.E.	Pública	Privada	Total
IEST	371	681	1,052
IES	6	86	92
EEST	-	5	5
Total	377	772	1,149

Cantidad de programas de estudios por I.E.			
Tipo de I.E.	Pública	Privada	Total
IEST	1,225	859	2,084
IES	48	476	524
EEST	-	37	37
Total	1,273	1,372	2,645

Nota:  
- Se incluye la cantidad de programas de estudios por cada IES, IEST y/o EEST  
- Declararon 793 I.E.  
Fuente: MINEDU - Censo educativo 2021, primer semestre.



**Gracias**