

Unidad Ejecutora 118

Mejoramiento de la Calidad de la Educación Básica y Superior

DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO DEL MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES (MNC)

Diseño e implementación de un plan de comunicaciones



PERÚ

Ministerio de Educación

PMESUT



MNCP

Marco Nacional de Cualificaciones del Perú

María Esther Cuadros Espinoza
Ministra de Educación del Perú

Gerber Sergio Pérez Postigo
Viceministro de Gestión Pedagógica

Germán Abelardo López Herencia
Director Ejecutivo de la UE 118

Leoncio Santos España
Jefe de la Oficina de Calidad y Pertinencia

**DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO
DEL MARCO NACIONAL DE
CUALIFICACIONES (MNC)
DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN
PLAN DE COMUNICACIONES**

Rosa Tokumura Tokumura
**Corrección de estilo, diseño y
diagramación**

Fuente: Informes de producto del servicio con
Contrato 78-2020-MCBS.

Equipo consultor: Servicios de Comunicación
para Empresas S.A.C. (PI-AR S.A.C)



Documento realizado en el marco del
Contrato de Préstamo BID N° 4555/OC-PE,
para el Programa de mejora de la calidad y
pertinencia de los servicios de educación
superior universitaria y tecnológica a nivel
nacional (PMESUT).

1.a edición – enero 2026
Depósito Legal N° 2026-00737

© **Ministerio de Educación**
Calle del Comercio N° 193, San Borja,
Lima-Perú
Teléfono: (511) 615-5800
www.minedu.gob.pe

© **UE 118**
Calle Los Laureles N° 399, San Isidro,
Lima-Perú
Teléfono: (511) 442-5500
www.ue118.gob.pe



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
1. ANÁLISIS DE LA DOCUMENTACIÓN ASOCIADA AL MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES (MNC)	6
1.1. Conclusiones	8
1.2. Revisión de estudios y experiencias nacionales y de otros países	11
1.2.1. Antecedentes del MNC en Perú	11
1.2.2. Experiencias internacionales	13
2. IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPALES ACTORES, PROBLEMAS EDUCATIVOS Y SU VINCULACIÓN CON LAS SOLUCIONES QUE PROVEE EL MNC	19
2.1. Riesgos identificados para la implementación del MNC	21
2.2. Investigación	21
2.3. Segmentación	24
2.4. Mapa de actores	26
3. PROPUESTA DE VISIÓN AL 2025 Y ELABORACIÓN DE PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA POSICIONAR EL MNC	28
3.1. Metodología para el desarrollo del posicionamiento	28
3.2. Resultados	30
3.3. Visión posible	31
4. ELABORACIÓN DE CONTENIDO Y MENSAJES CLAVE A FIN DE TRANSMITIR LOS OBJETIVOS GENERALES DEL MNC	32
4.1. Elaboración de un Q&A (preguntas y respuestas esperadas)	32
4.1.1. Q&A	32
4.2. Elaboración de una ayuda memoria	36
4.3. Elaboración de mensajes clave	38
5. PROPUESTA DE ACTIVIDADES DE POSICIONAMIENTO COLECTIVAS Y/O POR CADA ACTOR IDENTIFICADO	40
5.1. Plan de trabajo	40
5.2. Estrategia de medios (PR)	43
5.2.1 Fases de la comunicación	47
5.3. Estrategia de redes	55
ANEXOS	65
Anexo 1: GUÍA DE ENTREVISTAS	66
Anexo 2: CONSOLIDADO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS	71
Anexo 3: NOTA DE PRENSA	98
Anexo 4: ARTÍCULO DE OPINIÓN	99

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se ejecuta en el marco del contrato 78-2020-MCEBS, cuyo objeto es el diseño y la implementación de un plan de comunicaciones para la difusión y posicionamiento del Marco Nacional de Cualificaciones.

Este informe desarrolla la indagación sobre las experiencias locales e internacionales en la materia, la identificación de los principales actores que pudieran tener un papel preponderante en el lanzamiento del MNC, así como la elaboración de una primera visión de la marca de cara a los pasos siguientes para el lanzamiento.

Asimismo, se presenta el contenido base para el desarrollo de las acciones de comunicación para el lanzamiento y posicionamiento del MNC. El documento sigue los lineamientos establecidos por el área usuaria y plantea una serie de actividades de acuerdo con los requerimientos para el lanzamiento del MNC al público, y que deberán crearse y ejecutarse de forma progresiva una vez tengan definida la fecha de lanzamiento.

El desarrollo del documento se ha construido participativamente y en comunicación constante con el área usuaria, el Programa de Mejora de la Calidad y Pertinencia de los Servicios de Educación Superior Universitaria y Tecnológica a Nivel Nacional

(PMESUT), así como de diversos miembros de las dependencias del Estado que han mostrado un alto grado de colaboración en los talleres e intercambio de ideas.

Se reiterase que las propuestas de beneficios, atributos, segmento y visión, así como los demás hallazgos no tienen un carácter definitivo, en tanto provienen de fuentes de investigación cualitativa, sin embargo, para los consultores ha significado poner especial énfasis en una adecuada selección de los interlocutores con los que había que conversar con el fin de contar con una base sólida para la construcción de supuestos sobre los que se elabora esta propuesta. La mejora y eventual adaptación que haga el área usuaria permitirá eventualmente reforzar las bases de la estrategia de comunicación en el futuro.

Debido a la amplitud de los temas que abarca el Marco Nacional de Cualificaciones, se han priorizado algunos desde el enfoque de la comunicación. Por ende, hay muchos temas técnicos referidos al proceso de construcción del MNC que no se incluyen en este informe, pero se considera que lo presentado aquí, constituye un paso muy importante en el objetivo de desarrollar un posicionamiento adecuado para el MNC en medio de serias limitaciones y retos que enfrenta el Perú de hoy.

RESUMEN EJECUTIVO

El Marco Nacional de Cualificaciones–MNC es la revolución educativa, quizá la más importante del Perú en los últimos tiempos.

— Facundo Pérez, PMESUT.

Esta frase revela la importancia y la magnitud de la implementación del MNC en Perú, y de las distintas brechas que cubre respecto a la relación de la oferta formativa y las demandas laborales.

Desde la visión de los consultores, el MNC no es un proyecto más, o una iniciativa más del sector público, sino que debido a sus implicancias y los cambios que busca generar en el rubro educativo y laboral, es el lanzamiento de un nuevo concepto. Y como tal, requiere ser tratado al igual que una nueva marca en términos comunicacionales.

El MNC visto como un “producto nuevo”, un producto que recoge y absorbe diversos elementos dispersos que ya existen en el sector público. En términos de mercadotecnia, esto es una diversificación en el portafolio de productos del Estado, porque se dirige hacia un “público” nuevo y a un “mercado” nuevo.

Un público que es conformado por todos, por los que tienen aprendizajes y oficios sin certificar; por los que no tienen acceso a una educación de calidad; por los que quieren volver al área de trabajo para la cual estudiaron; por los que quieren seguir aprendiendo, etc.

Un mercado nuevo porque se establece como un servicio para los peruanos que busca construir (por primera vez) puentes, abrir puertas, y recuperar el

tiempo perdido, la experiencia no materializada, orgullo de las familias producto de la recompensa que significa reinsertarse en el mundo laboral.

El MNC tiene retos desafiantes y necesita de la participación de muchos actores, no empieza desde cero, sino más bien en muchos casos con temores, escepticismos y antagonismos. En ese sentido, los pilares para construir la visión del MNC, de sus mensajes, y de sus estrategias, están anclados y directamente relacionados a los beneficios que las personas obtendrán a raíz de la implementación del MNC.

Para ello, se obtuvo información en torno a cinco temas o problemáticas que abarca el MNC relacionados a los riesgos reputacionales a través de entrevistas con los actores directamente involucrados.

A partir del análisis de estos riesgos, es que se ha desarrollado una metodología para la construcción de una propuesta de visión del MNC que recoja las múltiples perspectivas de los actores involucrados.

La propuesta de visión que presentan los consultores busca corresponder a la magnitud del reto asumido: revertir a través de un proceso revolucionario, el puente roto entre lo formativo y lo laboral. El puente que separa a los peruanos de un futuro común.

1. ANÁLISIS DE LA DOCUMENTACIÓN ASOCIADA AL MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES (MNC)

Para realizar el análisis de la abundante información asociada al Marco Nacional de Cualificaciones (MNC), los consultores dividieron la documentación en dos grandes fuentes de información:

1. Documentación técnica referida a la creación del MNC e investigaciones enviadas por el Programa de Mejora de la Calidad y Pertinencia de los Servicios de Educación Superior Universitaria y Tecnológica a Nivel Nacional (PMESUT).
2. Información obtenida como resultado de las investigaciones hechas por cuenta del equipo consultor.

Esta es la documentación compartida por PMESUT:

- Marco Nacional de Cualificaciones - Estructura Básica.
- Marco Nacional de Cualificaciones - Estructura Básica - Presentación en PPT.
- Diseño del mecanismo de representación sectorial alineado con el Marco Nacional De Cualificaciones- Fundación Chile.
- Exploración de escenarios de gobernanza y hoja de ruta para la implementación del Marco Nacional de Cualificaciones del Perú- MNCP. MINEDU-PMESUT-OIT/Cinterfor.
- Informe final de propuesta de norma para la creación del MNC ajustada en función a los procesos de consulta y plan de implementación- Jackelin Mori Chávez.
- Informe final del estudio de brechas entre oferta y demanda de competencias profesionales en la educación superior universitaria en quince (15) regiones priorizadas. Gestiona y Aprende, 2020.

- Propuesta de Mecanismos Sectoriales y hoja de ruta para su implementación- Fundación Chile.
- Becerra, A., & La Serna, K. (2010) Las competencias que demanda el mercado laboral de los profesionales del campo económico- empresarial en la actualidad. Centro de investigación de la Universidad del Pacífico. Lima, Perú.
- Productos de la consultoría “Desarrollo de estudios de pertinencia de la oferta educativa superior tecnológica pública en 21 regiones del país” (Desarrollado por INNOVA PUCP).



- Asistencia técnica y orientación a los actores durante el diseño del MNCP.
- Propuesta de Norma para la creación de un MNCP.
- Acuerdo entre el Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional (OIT/CINTERFOR) y el Programa de Mejora de la Calidad y Pertinencia de los Servicios de Educación Superior Universitaria y Tecnológica a Nivel Nacional (PMESUT), para el desarrollo de acciones de cooperación técnica. Diseño del MNC contextualizado a Perú.
- Communicating the Scottish Credit and Qualifications Framework (SCQF) Advice to university marketing & Communication departments.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018) Brechas de habilidades y dificultades de la demanda laboral. Lima, Perú.
- Marco Nacional de Cualificaciones de Panamá. Estructura básica. Acuerdo entre el Centro Interamericano Para El Desarrollo Del Conocimiento En La Formación Profesional (OIT/CINTERFOR) y la Corporación Andina De Fomento (CAF) para el desarrollo de acciones de cooperación técnica con la República De Panamá para el diseño de un Marco Nacional De Cualificaciones. Panamá, mayo de 2019.

La documentación que estuvo a cargo del equipo consultor es la siguiente:

- Global inventory of regional and national qualifications frameworks 2019. UNESCO.
- Australian Qualification Framework Second Edition, January 2013.
- Hacia un Marco Nacional de Cualificaciones para Chile, Consejo Nacional de Educación, Chile, 2014.
- Marco Nacional de Cualificaciones Técnico Profesional, Ministerio de Educación de Chile.
- The European Qualifications Framework. Supporting learning, work, and cross border mobility.

Para toda esta información el análisis se ha realizado en base a los dos siguientes temas:

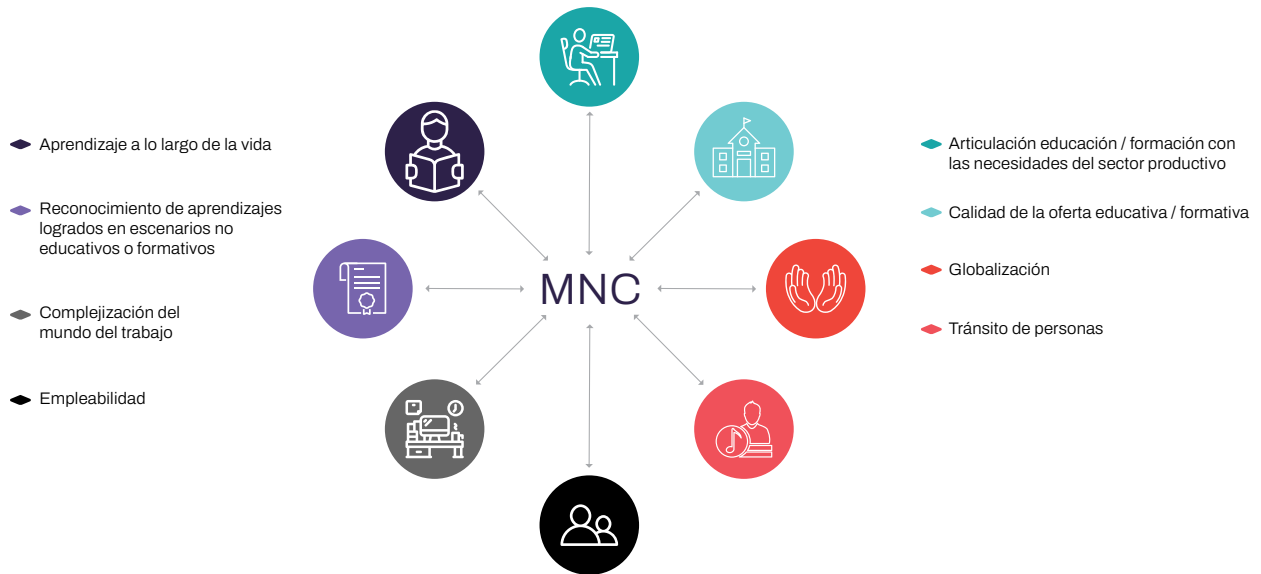
1. Estudios sobre el diseño contextualizado, modelo de representación sectorial, propuesta de norma técnica de creación.
2. Revisión de estudios y experiencias de otros países. Son publicaciones que pueden encontrar referenciadas en las consultorías realizadas durante la primera etapa.

1.1. Conclusiones

Según los documentos revisados con base en los estudios requeridos, se llegó a las siguientes conclusiones:

- El MNC tiene objetivos que abarcan a distintos actores y requieren su participación activa, como se aprecia en el siguiente gráfico:

¿A QUÉ CONTRIBUYEN LOS MARCOS DE CUALIFICACIONES?

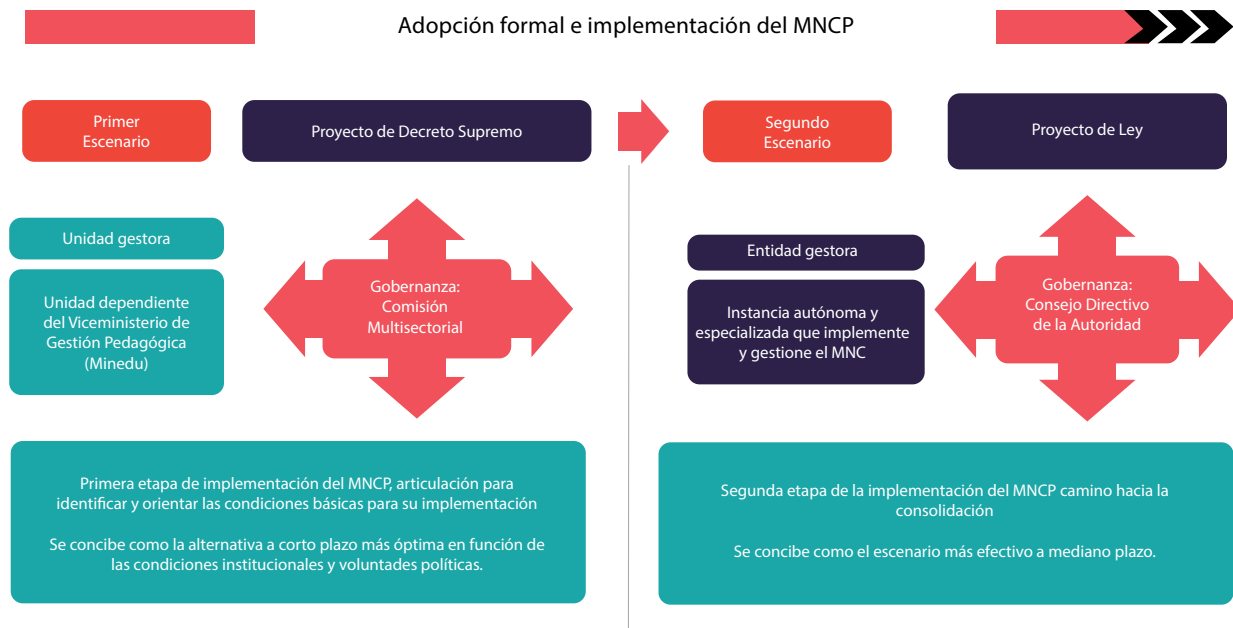


Fuente: BID, CINTERFOR, OIT, PMESUT *Marco de cualificaciones: concepto, usos y actores.*

- Tal y como se ve en los documentos, los cuatro actores principales para la efectiva implementación del MNC en Perú son empresas, instituciones educativas, trabajadores e instituciones del Estado.
- Con cada actor, hay objetivos concretos dentro de la implementación del MNC, y en ese sentido la comunicación para difundir el MNC tiene que considerar las múltiples perspectivas desde el punto de vista de cada sector y subsector.



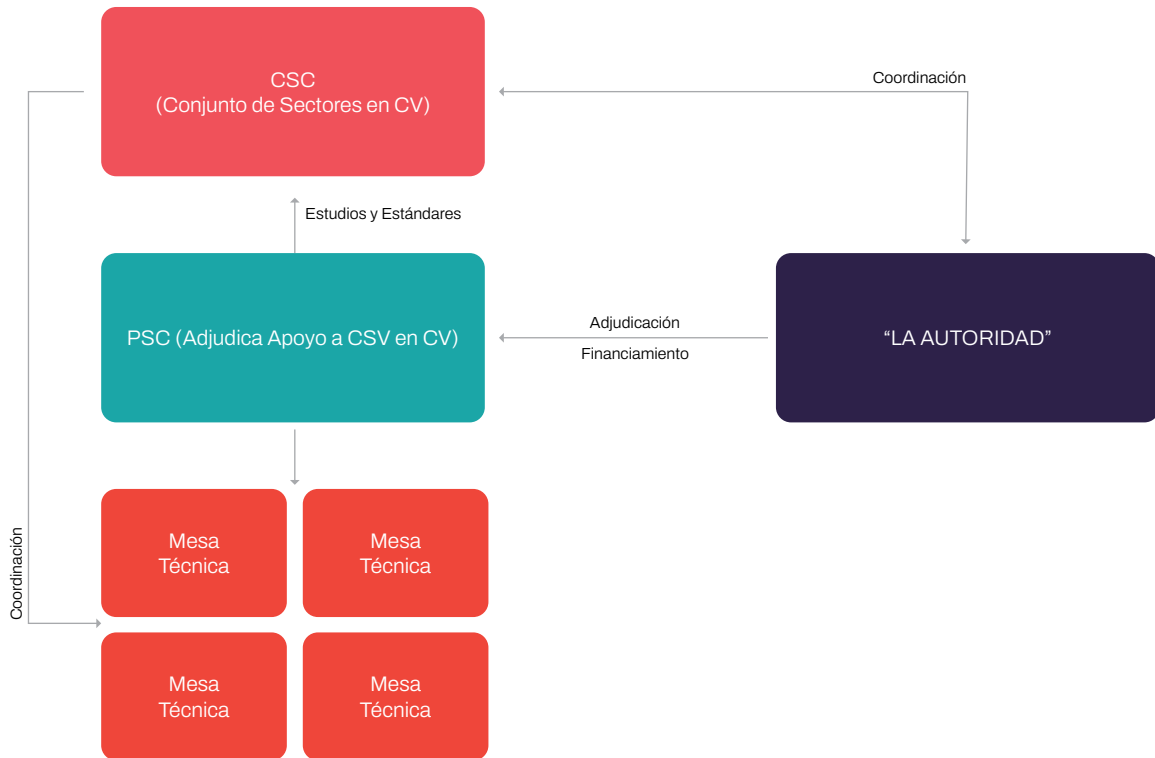
- La implementación del MNC se va a realizar en dos etapas:



Fuente: MORI, Jackelin. Informe final de propuesta de norma para la creación del MNC ajustada en función a los procesos de consulta y plan de implementación 2020.

- El MNC está conformado por ocho niveles en base a los resultados de aprendizaje fundamentado en dimensiones (conocimiento, habilidades y aplicación) y subdimensiones (habilidades para la comunicación, socioemocionales, cognitivas, técnica; y en aplicación: autonomía y responsabilidad).
- Los niveles del MNC serán poblados por cada área productiva. Sin embargo; para la etapa transitoria (2020-2024) se ha considerado iniciar a modo de piloto con las siguientes áreas: agroindustria, construcción, turismo y mantenimiento industrial. Luego de esta etapa, se continuarían con las demás áreas productivas.
- Para el poblamiento de los niveles del MNC se tomarán en cuenta los Modelos de Representación Sectorial (MRS), que están conformados por Consejos Sectoriales de Competencias (CSC), Proveedores de Servicios de Competencias (PSC), Mesas Técnicas Sectoriales (MTS) y la Autoridad del MNC que en la primera etapa será la Comisión Nacional para la implementación del MNCP que estará adscrita al Ministerio de Educación.
- Los CSC están conformados por organizaciones empresariales y empresas representativas de su alcance sectorial; los PSC están a cargo de realizar diversos estudios e investigaciones para el CSC; y las MST la conforman los representantes de trabajadores, representantes del Estado y empresas.

- La relación queda establecida en el siguiente gráfico:



Fuente: FUNDACIÓN CHILE, *Producto 2 –Diseño del mecanismo de representación sectorial alineado con el marco nacional de cualificaciones de la consultoría para realizar el diseño de la institucionalidad y modelo de operación de los consejos sectoriales de competencias. 2020.*

- En los documentos presentados, se expone que las principales causas por las que el MNC no ha funcionado en otros países son las siguientes: MNC que no han logrado ser poblados o terminan subpoblados; MNC sobrepoblados; MNC no son considerados dentro del plan de formación.



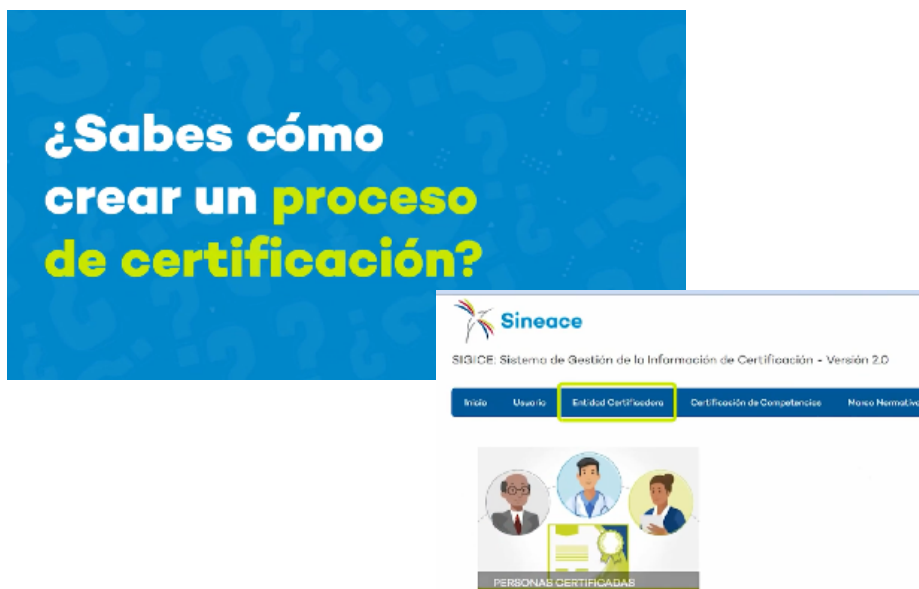
1.2. Revisión de estudios y experiencias nacionales y de otros países

1.2.1. Antecedentes del MNC en Perú

Certificaciones SINEACE

En el país, el SINEACE emite una serie de certificados que cubren competencias básicas adquiridas a través del trabajo en ocupaciones como carpintería, producción de café y ganadería. También es responsable de la certificación de las competencias de los programas en institutos postsecundarios (IEST), tales como enfermería, técnicos farmacéuticos y fisioterapia. Actualmente, tienen 32 tipos de certificaciones, y hasta finales del 2019 tenían 30 000 certificaciones realizadas.

Respecto a la comunicación, SINEACE cuenta con un video explicativo sobre el proceso de certificación y su importancia.



Asimismo, realizan Seminarios Nacionales de Certificación 2019 del SINEACE en el que convocan a distintos sectores que realizan certificaciones en articulación con el SINEACE.

Sin embargo, la certificación que realiza no ha tenido mayor impacto a nivel mediático.

Perfil ocupacional MTPE

Por otro lado, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) ha desarrollado perfiles ocupacionales y ha publicado un Catálogo Nacional de Cualificaciones (Trabajo, 2014), y con relación a ello lanzó el servicio que permite a los trabajadores en determinadas áreas certificar sus competencias, a través de un proceso de evaluación realizado por terceros (Gestión, 2014).

Así también, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), el Ministerio de Educación (Minedu) e IPAE Acción Empresarial desarrollaron el Observatorio de Educación y Empleo, denominado www.ponteencarrera.pe. Esta es una plataforma web que brinda información confiable y gratuita sobre la oferta formativa y demanda laboral para que los jóvenes puedan tomar una mejor decisión sobre su futuro profesional.



Plan de Competitividad Productiva 2019-2030

De igual modo, el Plan de Competitividad y Productividad 2019-2030 suscrito por el gobierno es parte de la segunda fase de la estrategia para el desarrollo de competencias e impulsar el crecimiento económico en un mediano y largo plazo. Y dentro de sus nueve objetivos prioritarios se encuentra el de “fortalecer el capital humano”, el cual aborda la problemática de la acumulación de este mismo (Competitividad, 2019).



Conclusiones sobre los antecedentes

- Las iniciativas podrían alinearse bajo un mismo eje de comunicación, impulsado por una idea fuerza que fortalezca el discurso de los principios del Marco Nacional de Cualificaciones. Actualmente, cada iniciativa funciona de manera muy independiente de las demás.
- Articular el sector formativo con el productivo a partir de que la comunicación tenga un eje transversal. En ese sentido, elaborar un discurso coordinado entre el SINEACE y MTPE generaría una mejor institucionalidad.
- La comunicación a nivel de prensa y redes sociales debe de encontrarse en constante diálogo para lograr un discurso sólido. Ninguna de las iniciativas presentadas fue visible en redes ni en medios de prensa.
- Involucrar al sector productivo dentro de las certificaciones dispuestas por ambos sectores reduciría la brecha de legitimidad que existe por parte de este.
- Poner en valor el concepto de “competencias” permitirá un mejor entendimiento entre todos los actores involucrados.
- Parte de la investigación en comunicación debe buscar fortalecer el vínculo entre las empresas y las instituciones de educación superior para plantear rutas formativas claras.

1.2.2. Experiencias internacionales

a. Chile

El desarrollo de un Marco de Cualificaciones Técnico-Profesional (MCTP) es una de las principales acciones de la Política Nacional de Formación Técnico-Profesional en el periodo 2014-2018 bajo el eslogan: #LaFuerzaQueMueveChile (Chile, s.f.).



Su comunicación principalmente se asocia a un sentido de integración entre los distintos momentos de formación de una persona y la respuesta a las necesidades sociales y productivas del país.

Chile necesita técnicos

La campaña no solo concibe a la educación superior como una oportunidad para miles de chilenos vulnerables, sino que también asocia el discurso hacia una fuerza invisibilizada —hasta ese momento— de profesionales que siempre estuvieron, que son incansables y que logran que el país funcione; ellos son los responsables de que Chile se mueva, de que sea más grande (Chile, 2018).

A través de las experiencias narradas por estos mismos profesionales técnicos, se personifica la situación de los egresados de carreras técnicas apuntando hacia una visión a futuro. Debido a que no solo hablan de las carreras técnicas tradicionales, sino también de las carreras técnicas del mañana. Lo cual no solo las vuelve una oportunidad para una persona vulnerable, sino también una oportunidad diferenciadora muchísimo más atractiva y competitiva frente a la oferta formativa (Chile, 2018).



La campaña con el hashtag #EligeseTP tuvo la finalidad de reforzar la importancia y el valor de las carreras técnicas, para ello utilizaron spots y un sitio web donde se encontraba toda la información en referencia a las carreras técnicas (EligeseTP, s.f.).

Esta iniciativa permitió posicionar las carreras técnicas hacia una comunicación mucho más aspiracional, de trascendencia y con una motivación de querer contribuir con tu país.

“Mi carrera técnico-profesional me ayudó a entender la logística como un motor fundamental que mueve este país, y a poder contribuir de manera concreta con mi trabajo”.
Juan Barrientos, técnico de logística (EligeseTP, s.f.).

“Cuando todos debieron alejarse, elegí estar junto a quienes más lo necesitaban porque hacían falta héroes de la salud”.
Ghieslaine Pirce, técnico en enfermería

“Cuando la distancia nos separó, elegí conectar a las personas, porque solo unidos podemos seguir adelante”.
Felipe González, técnico en telecomunicaciones (EligeseTP, s.f.).

Respecto del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional de Chile, cuenta con un kit de prensa conformado por información básica, así como un video explicativo.



Su estrategia se sostiene sobre testimonios de trabajadores que muestran los beneficios de certificar sus aprendizajes previos y de seguir capacitándose constantemente. Asimismo, presenta el testimonio de cada ministerio y la importancia de su implementación.



Tienen una plataforma web con toda la información sobre el MCTP, donde se explica a detalle cada arista de esta herramienta: <http://marcodecualificacionestp.mineduc.cl/>, así como cada recurso usado, siendo estos de libre descarga, tales como matrices descriptoras, glosario, anexos, prototipos y cualificaciones: <http://marcodecualificacionestp.mineduc.cl/recursos/>

b. Escocia

El Marco Nacional de Cualificaciones de Escocia (SCQF) se considera como uno de los más efectivos frente a sus pares internacionales. Con respecto a la comunicación, se ha identificado claramente a los distintos tipos de públicos y se cuenta con materiales específicos para cada uno de ellos.

Cada público identificado tiene un guía de comunicación a implementar, incluyendo diagramas del marco de referencia. Estos públicos son colegios, organismos de calificación crediticia y universidades.

Su comunicación va dirigida en el sentido de que los empleadores también deben de entender mejor las habilidades de los talentos que necesitan y para ello deben ser reclutadores inclusivos (Partnership, 2019).

De la misma manera que otros países, su comunicación la personifica a través de testimonios desde los distintos actores involucrados mostrando el camino para cada uno de ellos.

Cada guía de comunicación y recursos de implementación se encuentra en el siguiente enlace: <https://scqf.org.uk/>. Adicionalmente, manejan sus propias redes sociales, fuera del organismo público encargado, brindando actualizaciones exclusivas del programa. Se encuentran en Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube.

c. Colombia

El Marco Nacional de Cualificaciones de Colombia se viene desarrollando desde el año 2014 a través de asesorías por parte del Banco Mundial y de países como Australia, Canadá y España, y se presentó en el 2017 abarcando inicialmente solo 9 sectores de los 56 en total. Asimismo, se tiene ocho niveles de cualificación asociados a tres descriptores tales como conocimientos, destrezas y actitudes.

Colombia ha diversificado su comunicación sobre este marco para lograr no solo colocarlo en la agenda mediática del país como una necesidad para enfrentar la informalidad en el trabajo, sino también hacia un camino de equidad, inclusión y reconocimiento (Pro, 2017). En ese sentido, posicionan al Marco Nacional de Cualificaciones como una oportunidad para el desarrollo personal de cada persona y así puedan conseguir sus objetivos.

A continuación, el catálogo nacional de cualificaciones por sector¹.



Adicionalmente, posee infografías sobre el programa y testimonios en la página web, con la finalidad de brindar mayor información.

El discurso se construye evocando a un diálogo permanente entre el sector educativo y productivo para, no solo fortalecer el capital humano, sino también para contribuir a la construcción de la paz (Nacional, 2017).

d. España

En el 2011, la Ley de Economía Sostenible en España exigía la creación del Marco Nacional de Cualificaciones de España (MECU), para favorecer e incrementar la movilidad de los estudiantes y de los trabajadores. El MECU es un marco nacional de cualificaciones (títulos, diplomas, certificados) que comprende el aprendizaje a lo largo de la vida (Cualificaciones, 2011).

El Marco Español de Cualificaciones es una directiva del Parlamento y el Consejo Europeo relativo a la creación del Marco europeo de cualificaciones de aprendizaje a lo largo de la vida (European Qualification Framework, EQF). No se dispone de información sobre las estrategias de comunicación implementadas ni sobre los mecanismos utilizados para su levantamiento. Asimismo, no se identifican piezas comunicacionales —como spots—, encontrándose únicamente algunas notas de prensa vinculadas a la actualización de su currícula técnica.

¹ <http://aprende.colombiaaprende.edu.co/es/snet/89246>

e. Australia

El Australian Qualifications Framework (AQF) se estableció en 1995, originalmente como un manual de implementación que llegó a tener hasta cuatro ediciones. Sin embargo, la versión que se utiliza actualmente fue publicada en 2013.

La página presenta una sección que redirige a los visitantes a otros servidores especializados relacionados a educación según su interés (Framework, s.f.).

En la revisión de la AQF del 2019 se propuso desarrollar estrategias de comunicación y participación a nivel nacional e internacional para el sector, incluyendo mapas guías de las AQF y análisis de las implicancias de cambiar las calificaciones, además de la actualización del sitio web. (Australian, 2019).

Conclusiones sobre las experiencias de otros países

- Encontrar una idea fuerza que se vuelva el eje transversal de comunicación entre todos los sectores permitirá que se involucren de una manera auténtica cada actor. Cada país ha construido un discurso pensando en su contexto social particular. En el caso peruano debería preguntarse qué es lo que verdaderamente le interesa a ese profesional y a ese sector productivo que lo demanda.
- El Marco Nacional de Cualificaciones se encuentra implementado en 150 países; en ese sentido posicionar un slogan diferenciador y de acuerdo al contexto país es muy importante.
- Desarrollar el concepto de “competencias” a profundidad y de forma muy didáctica permitirá una mayor comprensión e interés.
- Institucionalizar la certificación de competencias permitirá tener mucho mejor valor y legitimidad, como el ejemplo de Chile que cuenta con ChileValora (ChileValora, s.f.).
- Segmentar la comunicación enfocada a cada uno de los sectores y actores permitirá lograr una comunicación mucho más personalizada, cercana y efectiva.
- Realizar productos de comunicación enfocados en cada sector para para personalizar y hacer efectiva la estrategia.



2. IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPALES ACTORES, PROBLEMAS EDUCATIVOS Y SU VINCULACIÓN CON LAS SOLUCIONES QUE PROVEE EL MNC

Para la identificación de los actores y sus problemas educativos se ha propuesto un proceso que está conformado por distintas etapas. **La primera etapa** consta del análisis de las quince razones para contar con un MNC en Perú, identificando los principales temas que se relacionan con **instituciones educativas, empresas y gremios de trabajadores**. Se elige este insumo porque considera que ellas resumen los principales problemas que reflejan la necesidad de un MNC.

Se ha priorizado a estos tres grandes actores por su vínculo directo con la implementación del MNC y por su poder y envergadura. La investigación con los actores del Estado se realizará constantemente en el desarrollo del estudio. Sin embargo, la alta tasa de movilidad de los funcionarios públicos fue considerada como un factor relevante a tener en cuenta en esta primera etapa.

La segunda etapa consta del desarrollo de una investigación de fuentes primarias con los representantes de los actores mencionados a través del desarrollo de entrevistas virtuales tomando como insumo principal los temas identificados en la primera etapa relacionados a la implementación del MNC.

La tercera etapa es la segmentación y consiste en la división de los actores de acuerdo a sus características y básicamente por su relación con las temáticas del MNC con el objetivo de construir estrategias y mensajes para cada uno de ellos.

La cuarta etapa es la realización del mapa de actores considerando los criterios de amistad, velocidad de respuesta, e impacto mediático, que serán explicadas debajo. En el mapa de actores se agregan además de los actores estudiados a actores que tienen algún vínculo, interés o relación con la implementación del MNC.



13 razones para contar con un MNC en Perú	Riesgos	Posibles consecuencias
1. Falta de confianza en las certificaciones y los aprendizajes obtenidos en los distintos niveles.	Las instituciones educativas no se involucran en el proceso de creación del MNC.	Las instituciones educativas usan el MNC como organismo decorativo.
2. Oferta de formación y educación de calidad heterogénea.	Las empresas no reconocen a las cualificaciones del MNC.	
3. Títulos que no reflejan las competencias que se ofrecen formar.		Las empresas confían más en sus procesos de selección de personal sin considerar las cualificaciones ni los niveles que el MNC plantea.
4. Dificultad para reconocer títulos o certificaciones del extranjero.		Que el MNC no obtenga legitimidad por ambos actores (sector educativo y productivo).
5. Gran cantidad de títulos y certificaciones sin parámetros para compararlos.	El MNC resulte un sistema de acreditación más y que no genere valor percibido para las empresas y para el sector formativo.	
6. Incongruencias entre las competencias de los egresados y las necesidades de los empleadores.	No hay diálogo entre el sector productivo y el sector formativo. No está posicionado el concepto de competencias.	El concepto de competencias que buscará instaurar el MNC no es conocido ni aceptado por las empresas.
7. Fragmentación de la oferta de educación y formación.		Serio cuestionamiento hacia el MNC, si es capaz de solucionar de la ruta formativo laboral.
8. Baja movilidad de los estudiantes en el sistema educativo y de formación.		La certificación que brindará el MNC y sus órganos certificadores no tienen legitimidad con las empresas.
9. Desconocimiento de las rutas formativo-laborales.		Las universidades temen perder su sentido ético y que se rija solo por las necesidades del mercado.
10. Baja apropiación del enfoque de formación basada en competencias.		Las instituciones educativas tienen miedo de perder la autonomía.
11. Baja pertinencia de los programas de formación con respecto a las necesidades del sector productivo.		Las instituciones educativas piensan que el MNC es una traba burocrática más. Piensan que el MNC los va a fiscalizar, así como la SUNEDU a las universidades.
12. Limitaciones en el diálogo entre los sectores educativo y productivo.		Exista bajo involucramiento o una negativa a participar por parte de las empresas.
13. Ausencia de una oferta renovada de educación y formación en perfiles requeridos por el sector productivo.	La actualización de una oferta renovada de educación generaría nuevos costos para el sector de educación superior.	Las instituciones educativas ni las empresas quieren verse en procesos de corrupción.
		Las instituciones educativas temen perder la rentabilidad de su negocio, por tener que cambiar su oferta formativa y con ello perder su público.

2.1. Riesgos identificados para la implementación del MNC

A raíz de la tabla se han identificado los riesgos y las posibles consecuencias sobre la implementación del MNC con las empresas, las instituciones educativas y los gremios de trabajadores en términos de riesgos reputacionales.

Lo que la tabla busca es identificar los riesgos y posibles consecuencias que abarca la implementación del MNC, siendo estos agrupados del siguiente modo:

Empresas

- Las empresas confían principalmente en sus procesos de selección personal, es decir, es difícil que confíen en las cualificaciones del MNC.
- Las empresas ni las personas confían en la certificación de competencias que brinda el Estado.
- No hay una sola definición de competencias.

Instituciones educativas

- Las instituciones educativas piensan que el MNC es una traba burocrática más. Piensan que el MNC los va a fiscalizar, así como la SUNEDU a las universidades.
- Las instituciones educativas temen perder la rentabilidad de su negocio, por tener que cambiar su oferta formativa y con ello perder su público.
- Las universidades e institutos pueden usar la investigación que más les convenga para identificar las demandas de ofertas formativas.

Gremios de trabajadores

- Los gremios de trabajadores temen que la implementación del MNC les compliqué más conseguir trabajo.
- Tienen miedo a tener que volver a estudiar.

En esta primera aproximación, la identificación de riesgos y su asociación con el principal “actor” que tenía alguno de estos temores, permitían desde este nivel, ir esbozando las preguntas y objetivos que iban a formularse a estos mismos actores con el fin de corroborar estas deducciones.

2.2. Investigación

A raíz de los riesgos y las posibles consecuencias identificados para la implementación del MNC, se establecieron objetivos de investigación para recoger y analizar el nivel de conocimiento y opiniones sobre las diversas temáticas que abarca el MNC con los actores involucrados directamente (universidades e institutos, empresas y gremios de trabajadores). Ello con el objetivo de considerar sus perspectivas y alcances sobre las temáticas del MNC para el desarrollo de mensajes y del posicionamiento.

En base a la selección y organización de riesgos, las temáticas se organizaron del siguiente modo:

- Sobre lo formativo laboral.
- Sobre las competencias y certificación.
- Sobre los aprendizajes previos.
- Sobre la relación con el Ministerio de Educación.
- Sobre los conceptos: educación, competencias y el MNC.

Para cumplir con los objetivos de investigación se estableció la realización de 11 entrevistas a representantes de empresas y gremios empresariales, gremios de trabajadores, y universidades e institutos. La técnica de la entrevista fue elegida entre la encuesta y la observación, porque permite profundizar en las temáticas planteadas; asimismo, al ser semiestructuradas; si bien hubo un guion de preguntas, se permitió que los entrevistados puedan responder con soltura, y/o cambiar de tema en caso se considere relevante. (Se adjunta guía de entrevistas en el Anexo 1).

Es importante mencionar que las 11 entrevistas no buscan ser representativas para una investigación estadística, el objetivo se limita al recojo de opiniones que guíen el desarrollo del posicionamiento

considerando las múltiples perspectivas de los actores (Se adjunta las respuestas de las entrevistas en el Anexo 2).

La distribución de las entrevistas se llevó a cabo del siguiente modo: se entrevistaron a cinco representantes de universidades e institutos, a tres representantes de empresas y gremios empresariales y a tres representantes de gremios de trabajadores.

De las universidades e institutos se entrevistó a representantes de: el Instituto de Educación Superior Tecnológica (IEST) Centro de Formación Profesional Binacional de Mollares, Sullana Piura; la Universidad Privada del Norte; la Universidad de Lima; el Instituto Toulouse Lautrec y del IEST Gilda Liliana Ballivian Rosado.

Las instituciones educativas tienen un mayor número de entrevistados por las diferencias dentro de ellas como si son públicas o privadas; o por si son de regiones o de Lima, que abarca una cantidad mayor de centros educativos.

De las empresas y gremios empresariales se entrevistó a representantes de la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas, CONFIEP; de GLORIA; y de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía, SNPE.

De los representantes de los gremios de trabajadores se entrevistó a representantes de la Confederación General de Trabajadores del Perú (CGTP), de la CONAFOVICER (Federación de Trabajadores de Construcción Civil); y a un sindicalista independiente.

Conclusiones

1. Sobre lo formativo–laboral

- La mayoría de entrevistados coincide en que la relación entre la oferta formativa y la demanda laboral no presenta resultados directamente proporcionales. Sin embargo, quienes sostienen que sí existe una relación directa se basan en acciones específicas desarrolladas por algunas instituciones educativas respecto de sus egresados y sus niveles de empleabilidad. Este último caso

se observa, al parecer, porque se trata de instituciones público-privadas.

- Explican también que sería ideal tener clara la demanda del mercado laboral con respecto a profesionales, tanto a nivel local, regional e internacional.
- Las instituciones públicas mencionaron la necesidad de la reducción de la burocracia del Ministerio de Educación para permitir mayor innovación en las carreras.
- Las empresas y gremios empresariales señalan que la valoración de las carreras técnicas ha aumentado en los últimos años de muy buena forma; por el contrario de las carreras universitarias quienes muestran una cierta “arrogancia académica” porque no se encuentra muy conectado con las necesidades laborales.

2. Sobre las competencias y certificación

- Los actores del sector empresarial no conocen ningún tipo de certificación actual, o las relacionan con capacitaciones que puedan dar a nivel privado en cada empresa.
- Las competencias son importantes para todos, tanto empresas como instituciones educativas.
- Las definen en su mayoría como las habilidades que definen al profesional para hacer algo bien o mal, en especial aquellas identificadas como habilidades blandas.
- Desde los actores empresariales, desde el rubro de minería, ellos cuentan con sus propios procesos formativos a sus trabajadores, porque consideran que los estudios universitarios no cubren todas las habilidades necesarias para el desarrollo de las labores dentro de sus empresas.
- Se consideran importantes las certificaciones, principalmente en un país donde el cartón tiene bastante peso, pero no se logra entender qué tanta relevancia pueda brindar y asegurar el Estado sobre estas certificaciones frente al mercado laboral, principalmente en el privado.

- En áreas como minería, las certificaciones de algunos oficios o de trabajos no calificados se consideran faltos de valor, teniendo más valor la experiencia.
- Sobre la certificación, desde el ámbito empresarial, se indica sobre la necesidad de definir los criterios para ella, así como la reputación de las entidades que certifican.

3. Sobre los aprendizajes previos

- Son considerados importantes, valiosos, e incluso necesarios para los representantes de instituciones técnico-formativas.
- Ninguno considera que algún aprendizaje previo carezca de valor; sin embargo, este adquiere un mayor nivel de importancia cuando es certificado por las propias empresas contratantes.
- Del lado de los actores empresariales señalan que este tipo de aprendizajes está constituido básicamente por la experiencia. No encuentran muy necesario la existencia de un sistema capaz de homologar aprendizajes no formales; por el contrario, lo encuentran confuso, burocrático y complicado.
- También desde el lado de los gremios de trabajadores, se sugirió que la certificación también conlleve una capacitación o actualización para el desarrollo de su trabajo.

4. Sobre su relación con MINEDU

- Para quienes representan a instituciones educativas, la relación es prácticamente obligatoria, pero no en todas era necesariamente buena. En muchos casos, consideraban que el MINEDU no tenía en

cuenta la demanda del mercado regional. Sin embargo, quienes indicaron ser cercanos al MINEDU sí habían logrado el apoyo necesario.

- La relación con MINEDU por parte de los actores empresariales es casi nula o muy incierta, debido a que las mismas empresas son las que han tenido que recibir capacitación a sus profesionales porque no confían en la preparación universitaria o, por último, buscar en el extranjero una oferta que no encuentran siempre aquí, sobre todo en cargos medios.
- Los gremios de trabajadores mostraron amplia disposición a trabajar con el MINEDU a pesar de su fuerte crítica al trabajo que vienen realizando.

5. Sobre el concepto educación, competencias y Marco Nacional de Cualificaciones

- Las principales ideas sobre la palabra educación fueron innovación, importante, desarrollo y oportunidad.
- Las principales ideas sobre competencias era la definición de habilidades que determinaba en qué eres bueno o no, utilizan también la palabra elemental, preparación y precarias.
- Las principales ideas sobre el Marco Nacional de Cualificaciones eran: necesario, complicado, burocrático, miedo y etéreo.
- En el caso de las instituciones académicas privadas y los actores empresariales coinciden en que el MNC suena “burocrático y complicado”.

2.3. Segmentación

La segmentación es la división que se hace del mercado que por grupos de acuerdo con la manera en que compran, consumen, usan el producto y/o se informan del mismo. El desarrollo de una segmentación implica que el producto o servicio puede tener iguales características, pero se comercializa/comunica distinto, y por lo tanto tiene, otra comunicación, otro posicionamiento, otro proceso de relacionamiento, estrategias distintas y otro presupuesto.

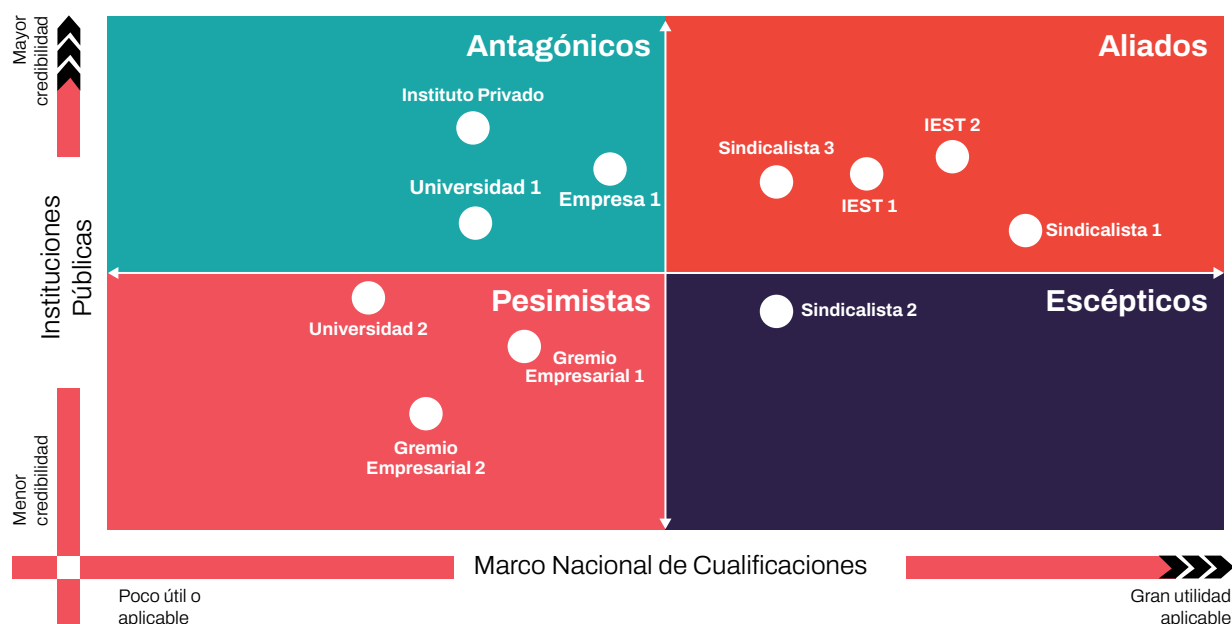
Se ha tomado como principal insumo para el desarrollo de la segmentación a las 11 entrevistas realizadas a los actores descritas previamente y se han considerado 2 ejes principales: la credibilidad en el Ministerio de Educación; y la utilidad del MNC en el sistema educativo como se puede ver en el gráfico:



Identificados los ejes, se propuso definiciones a raíz de cuadrantes siendo los **aliados** los que creen y se muestran optimistas ante el lanzamiento del MNC y tienen una alta credibilidad en el MINEDU; los **escépticos** que consideran que la implementación del MNC es de gran utilidad pero no creen en el Ministerio de Educación; los **antagónicos** son los que creen en el Ministerio de Educación pero no están de acuerdo con la implementación de un MNC; y los **pesimistas** los que no creen en el Ministerio de Educación ni en el MNC.

Es importante mencionar que si bien no se ha preguntado sobre el MNC concretamente en las entrevistas (más que en la última pregunta), en las respuestas de los entrevistados se reflejaban sus opiniones y perspectivas sobre las problemáticas que abarca el MNC.

Para salvaguardar la identidad de las personas entrevistadas en el gráfico debajo se ha colocado los nombres de las instituciones a nivel genérico.



En el cuadrante de **aliados** están los IEST 1 y 2 y al sindicalista 1 y 3. Sobre los IEST, sus comentarios a nivel general sobre la relación con MINEDU, fueron que tenían un buen vínculo; y sobre la utilidad del MNC, que sí les parecía útil, aunque no mostraban un claro conocimiento del tema (a pesar de haber participado de las reuniones preparatorias del MNC).

Respecto a los sindicalistas de ese cuadrante mostraron una amplia apertura a trabajar con el Ministerio de Educación a pesar de las críticas de su gestión. Además, mostraron una opinión favorable a la implementación del MNC aunque con algunas sugerencias.

En el cuadrante de **escépticos**, se encuentra el sindicalista 2 que mostró una opinión favorable sobre la utilidad del MNC, pero mencionó que tenía desconfianza sobre su relación con el Ministerio de Educación.

Por el lado de los **antagónicos** están los que confían y tienen credibilidad en el Ministerio de Educación; sin embargo, ven al MNC como una traba burocrática. En ese cuadrante está el instituto privado, la universidad 1 y la empresa 1.

En el cuadrante de los **pesimistas**, se encuentran los dos gremios empresariales y la universidad 2, que básicamente mostraron una falta de credibilidad en el trabajo conjunto con el Ministerio de Educación; y poca utilidad a la implementación del MNC.

La realización de esta segmentación permite reconocer a estos tres actores para definir posteriormente estrategias y mensajes que consideren sus perspectivas y sean efectivas.

Parte de las estrategias a considerar es, por ejemplo, cómo pasar a los de la categoría escépticos al cuadrante de aliados, o el de antagónico al de aliado, al de pesimista a antagónico para luego ser aliado. Al final el objetivo es que todos terminen por ser aliados, conocer sus opiniones nos permite identificar la línea estratégica a seguir para que todos terminen en ese cuadrante.

2.4. Mapa de actores

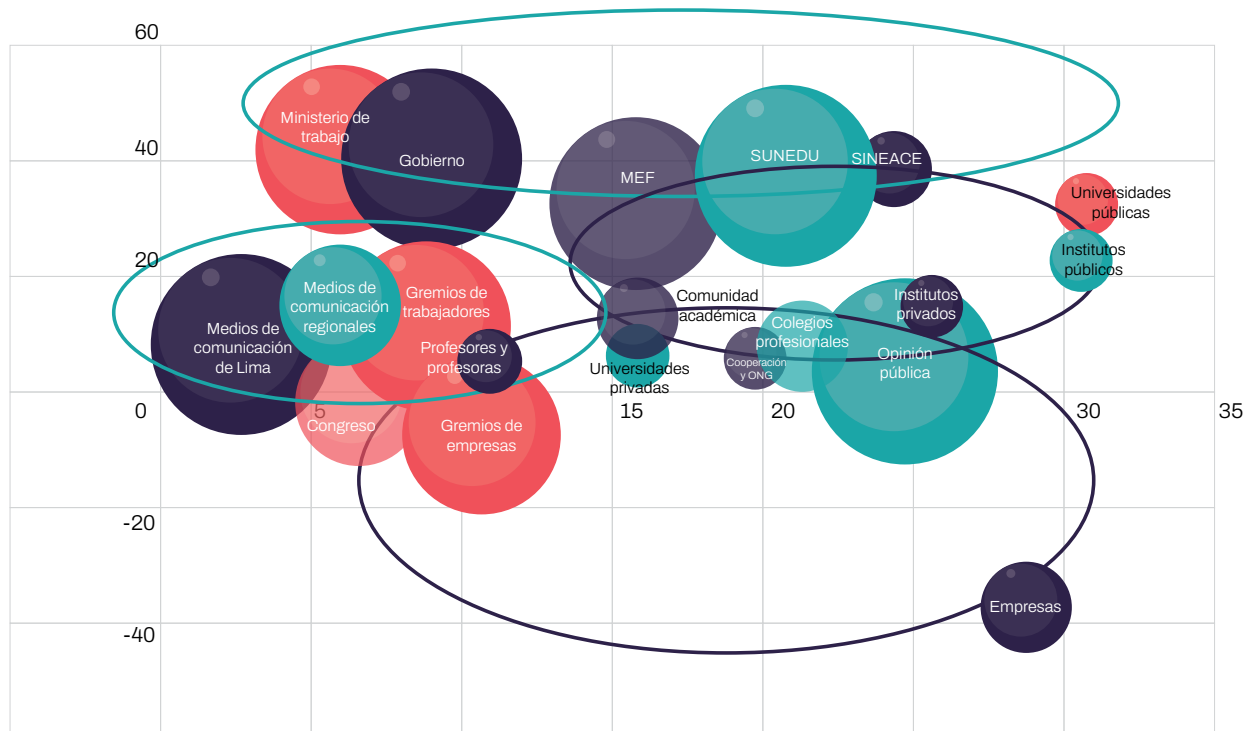
La realización de un mapa de actores cumple el rol de abarcar a los demás actores que, si bien pueden no estar relacionados directamente con la implementación del MNC, es importante considerar su influencia y relación con la implementación del MNC en Perú.

Los criterios que utilizados en el mapa de actores se desarrollaron en el marco del estudio para el análisis de diversas situaciones entre actores y sus características de cara a un futuro plan de relacionamiento.

Los criterios son los siguientes:

- **Amistad:** grado de empatía, posiciones neutras o antagónicas con relación al Ministerio de Educación. Los rangos son de -50 a 50.
- **Velocidad de respuesta:** es la capacidad de respuesta que tienen los actores en torno a los temas educativos, los rangos son de 1 a 30 (imaginariamente establecido en número de días.)
- **Impacto mediático:** capacidad de convocatoria a los medios y cuyos “diámetros” relativos respecto de otros actores denota su importancia o capacidad mediática.

El mapa ha sido completado de acuerdo a perspectivas deducidas según las entrevistas realizadas y a la revisión de las opiniones de los miembros del equipo.



El eje “X” es la velocidad de respuesta, que va desde 0 a 30 días. El eje “Y” es el grado de amistad en relación al Ministerio de Educación, y el tamaño de las esferas son de acuerdo del impacto mediático que tienen los actores.

En el círculo morado, se observa a las empresas que tienen un menor grado de amistad con el Ministerio de Educación y las que se pueden demorar más en reaccionar en caso suceda alguna eventualidad con el MINEDU. Su impacto mediático no es muy grande, a diferencia de los gremios de empresas, que sí tienen un mayor impacto mediático, tienen una velocidad de respuesta más rápida, pero no tienen un grado de amistad alto. En este círculo también está la opinión pública, que tiene una velocidad de respuesta lenta y una amistad neutral pero un gran impacto mediático. Este círculo equivale, desde una visión más amplia, el rubro de los **pesimistas**.

En el círculo amarillo están los que vendrían a ser los **antagónicos**, pues tienen una rápida velocidad de respuesta, algunos con impacto mediático mayor, pero se mantienen neutrales en su relación con el MINEDU.

Los del círculo azul, vendrían a ser los aliados pues tienen un grado alto de amistad con el Ministerio de Educación, pero la velocidad de respuesta varía. Se trata principalmente de instituciones públicas.

En el círculo verde están los actores que se mantienen casi neutrales en relación a su amistad con el Ministerio de Educación y tampoco tienen una velocidad de respuesta tan rápida.

A raíz de este mapa es que se van a construir estrategias para el relacionamiento con los diversos actores, plan que será desarrollado en la segunda parte del estudio.



3. PROPUESTA DE VISIÓN AL 2025 Y ELABORACIÓN DE PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA POSICIONAR EL MNC

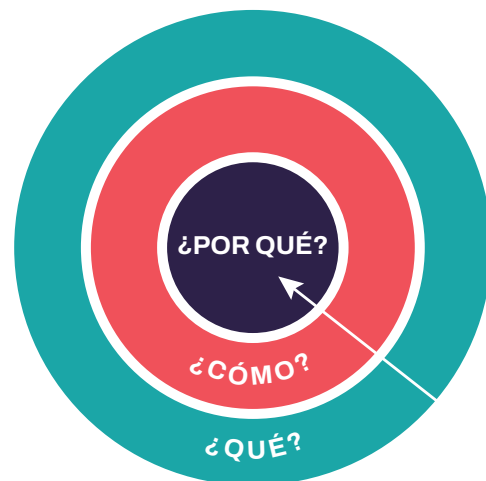
3.1. Metodología para el desarrollo del posicionamiento

Para la construcción de la propuesta de visión se ha utilizado la metodología Simon Sinek, “El círculo dorado” que consiste en identificar el propósito final de las marcas para desarrollar mensajes de acuerdo a ellas antes que una descripción de las características, los atributos, o factores diferenciadores de ellas. La metodología se puede visualizar en el gráfico de la siguiente página. En este caso, el propósito equivaldría a la visión del MNC.

En el círculo más grande *¿Qué?* van las características de la marca, del producto o servicio que se ofrece. En el segundo círculo va el *¿Cómo?*, que son los atributos o valor diferenciado de la marca, es decir, lo que hace de especial esta marca a diferencia de otras, cómo se ofrece el servicio. Finalmente, el círculo más pequeño, *¿Por qué?*, tiene el propósito de la marca.

Según la postura del autor, las marcas suelen comunicar desde los “*qués*” y los “*cómos*” más no de los “*porqués*” ya que no tienen un propósito claro, y por ello no logran diferenciarse realmente de las demás marcas. El reto, según el autor, es vender, a personas que tengan el mismo propósito de tu marca, de ese modo logras no encasillarte en un solo producto o un solo servicio.

En ese sentido, la comunicación suele ser del siguiente modo:



Fuente: Simon Sinek: How great leaders inspire action 2009
https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action

Se comunica desde los atributos y desde el valor agregado, pero no desde el propósito, lo cual genera que haya muchas estrategias de comunicación similares y ninguna realmente distinta.

La propuesta de Sinek, también autor del libro “Empieza con el por qué”, es comunicar desde el *por qué* el *qué* y el *cómo* no al revés. En el caso del MNC, el gráfico se ve del siguiente modo:



Para la construcción del propósito es necesario identificar el rol de los actores principales dentro de la participación de la construcción e implementación del MNC, y por ello se ha desarrollado el siguiente **Cuadro de Decisión de Compra**, en este caso de involucramiento con el MNC:

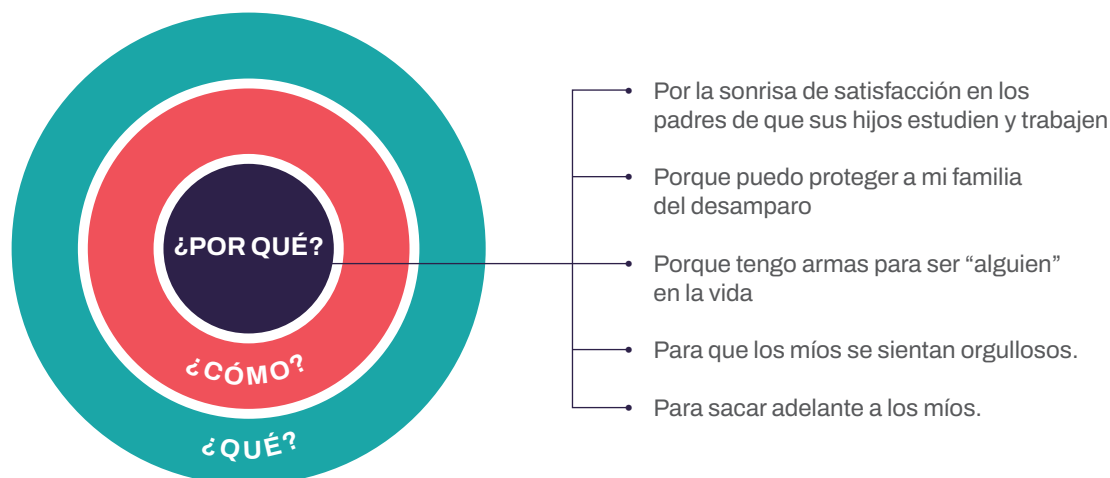
	¿Quién es?	¿Qué busca?
Decisor	<ul style="list-style-type: none"> • Estado. • Gremios empresariales. • Empresas. • Instituciones educativas privadas. • Instituciones educativas públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Estado busca implementar políticas públicas para el desarrollo del país. • Los gremios empresariales y las empresas buscan seguir produciendo y tener el mejor capital humano posible. • Las instituciones educativas privadas buscan seguir siendo rentables y tener más libertad en el manejo de su oferta académica. • Las instituciones educativas públicas buscan seguir alineadas a lo que indica la SUNEDU y el MINEDU.
Persuasor	Ministro de Educación y de Trabajo, PMESUT.	Implementar el MNC.
Ejecutor	MINEDU Y MTPE.	Que todos los actores se involucren en la construcción del MNC.
Usuario	Persona.	Que el Estado trabaje por mejorar la calidad de vida de todos los peruanos.

Se reconoce a las personas como usuarios finales porque la implementación del MNC, a través de todas sus estrategias (los “cómo”) y acciones (los “qué”), busca mejorar su calidad de vida. En ese sentido, las personas constituyen el público final del MNC y es fundamental tenerlo en cuenta para la construcción de nuestra visión.

En la columna de *¿Qué busca?* están los intereses de los actores, los cuales son importantes considerar también en el desarrollo de los mensajes y estrategias con cada actor.

3.2. Resultados

Lo que se incluiría en el círculo de los “porqués” correspondería, desde la perspectiva de los usuarios, a aquello que da sentido y justifica la implementación del MNC.



Se ha tomado como insumo principal lo recogido en el taller realizado vía Zoom en el que participaron representantes del Ministerio de Trabajo, del Ministerio de Educación y de la PMESUT.

3.3. Visión posible

Se debe empezar por definir la visión de marca como una declaración, un objetivo deseado y a la vez inalcanzable hacia el se deben dirigir los esfuerzos siempre.

El enunciado de la visión posible para el MNC tiene tres perspectivas posibles, a partir de las cuales se podrán amalgamar, sin embargo, no se ha encontrado un consenso en el equipo para su enunciado final.

Desde la perspectiva de las personas:

Porque hoy no es tarde para empezar a construir tu bienestar ni cumplir tus sueños.

Desde la perspectiva del país:

Porque no queremos a ningún peruano atrás, ni de segunda, porque nos necesitamos todos para salir adelante.

Desde la perspectiva de las empresas e instituciones del puente formativo laboral:

Porque juntos hacemos la cadena de confianza que requieren los peruanos para cruzar el puente hacia un mejor futuro.



4. ELABORACIÓN DE CONTENIDO Y MENSAJES CLAVE A FIN DE TRANSMITIR LOS OBJETIVOS GENERALES DEL MNC

Este capítulo presenta el material comunicativo que comprende el Q&A (preguntas y respuestas), la ayuda memoria y los mensajes claves a emplear por cada actor según la segmentación propuesta.

4.1. Elaboración de un Q&A (preguntas y respuestas esperadas), a fin de identificar los mensajes clave que deberán ser utilizados de acuerdo con el canal de comunicación y el tipo de actor

4.1.1. Q&A

El Q&A (Preguntas y Respuestas) es un documento que recoge preguntas que cualquier ciudadano podría tener con base en el MNC. Es un insumo que tiene que ser actualizado constantemente, y permite a los portavoces y personal vinculado estar alineado en la información clave que se quiere transmitir. Constituye también un ejercicio en caso de cualquier interacción con un medio, actor o cualquier persona.

El Q&A es un documento general que no distingue actores, por cuanto está basado en las posibles preguntas que podría hacer cualquier actor o público a los miembros o representantes del MNC. Permite ordenar las ideas principales y sirve como repositorio de la información que se quiere transmitir. Una de las principales ventajas es que puede ser empleado por los voceros en cualquier momento o canal de comunicación, ya sea durante una interacción con medios o en reuniones con los diferentes actores, así como contenido base para emplear en website, material informativo externo, etc.

Tabla 1. Q&A–Preguntas & Respuestas Marco Nacional de Cualificaciones

Pregunta	Respuesta
¿Qué es el MNC?	<ul style="list-style-type: none"> • El MNC es un instrumento para el desarrollo, clasificación y reconocimiento de las habilidades y competencias de las personas. Permite estructurar los resultados del aprendizaje obtenido por las personas sin importar como se hayan adquirido. • Esta herramienta posibilitará que la educación profesional y técnica responda a las necesidades actuales y futuras de las organizaciones, y por ende de desarrollo del país.
¿Cómo contribuye el MNC al país?	<ul style="list-style-type: none"> • El MNC crea mayores oportunidades para todo el país, al reconocer toda la experiencia y aprendizaje obtenido por las personas, fortaleciéndolos para que estén más preparados para enfrentar las demandas del mercado, y brindando una mejora en la calidad de la educación superior.
¿Qué es una cualificación?	<ul style="list-style-type: none"> • Es un conjunto de conocimientos, habilidades y capacidades que permiten el ejercicio de una actividad profesional conforme a las exigencias laborales. Una cualificación se obtiene a través de una formación educativa y también mediante la experiencia en una actividad productiva.

Pregunta	Respuesta
¿En qué beneficia al sistema de educación profesional del país?	<ul style="list-style-type: none"> • Constituye un referente para la creación de un puente entre el sector productivo y el sector educativo, promoviendo una oferta educativa pertinente y a las necesidades y demandas laborales de las empresas y organizaciones.
¿Qué beneficios ofrece el MNC a los trabajadores?	<ul style="list-style-type: none"> • Los peruanos tendrán mayores oportunidades de desarrollo al mejorar sus posibilidades de inserción en el mundo laboral. El MNC promueve el aprendizaje y la empleabilidad, pues se podrá conocer el nivel de formación de los estudiantes y egresados de instituciones, así como las competencias y habilidades obtenidas a lo largo de su vida. • El MNC impulsa la certificación y capacitación constante del personal humano para que los conocimientos y habilidades de todos sean funcionales en el contexto actual.
¿En qué beneficia a las empresas la puesta en marcha del MNC?	<ul style="list-style-type: none"> • El MNC fortalece el capital humano para que esté mejor preparado frente a los requerimientos y necesidades de las empresas y organizaciones, lo que mejora la empleabilidad de las personas y la eficiencia de las compañías en sus procesos de búsqueda de personal. De este modo, brinda a las empresas la posibilidad de acceder a una oferta laboral con mayores niveles de talento, impactando positivamente en su productividad y competitividad.
¿Qué certificará el MNC?	<ul style="list-style-type: none"> • El MNC certifica los conocimientos y competencias de cada persona, los cuales están determinados por niveles. Estos serán actualizados de forma progresiva, debido a que el MNC identificará constantemente las demandas formativas para que puedan ser incluidas en los diseños curriculares del sistema educativo.
¿En dónde se podrá usar el MNC?	<ul style="list-style-type: none"> • El MNC se podrá emplear en los espacios de formación laboral de las empresas e instituciones, en el diseño curricular de instituciones educativas, en los servicios de asesoría de contratación y evaluación de personal, entre otros.
¿Qué organizaciones participan en la creación del MNC?	<ul style="list-style-type: none"> • El MNC es un proyecto en el que han participado hasta el momento diversos tipos de actores. Desde el sector público, el Ministerio de Educación, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el Ministerio de la Producción; el Ministerio de Economía y Finanzas a través del CNC, y el SINEACE. Desde el sector privado, vienen participando la CONFIEP, y el Consejo Privado de Competitividad (CPC). Además, ha contado con la asesoría del Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional (OIT/CINTERFOR), la Fundación Chile y el experto en educación superior, Dr. Guy Hugh.
¿Cuáles son los principios básicos del Marco Nacional de Cualificaciones?	<ul style="list-style-type: none"> • El MNC trabaja para todos, no hace distinción de lugar de estudios, de capacidad laboral o técnico productiva. Reconoce toda la experiencia laboral de las personas, y promueve su aprendizaje en todos los niveles. • El MNC responde a las demandas y necesidades actuales y futuras de las empresas, de las organizaciones, y de desarrollo del país. • Promueve el reconocimiento y la adopción de condiciones que favorecen el aprendizaje y el pleno desarrollo de las capacidades humanas. • Cierra brechas entre el sistema educativo y el sector empresarial, promoviendo el diálogo para la creación y desarrollo de un marco de competencias. • El MNC genera confianza entre todos los actores en torno a la calidad y pertinencia de las cualificaciones.
¿La aplicación del MNC tendrá un impacto directo en la reducción del subempleo?	<p>La implementación del MNC aportará en la mejora de las condiciones laborales porque promueve el diálogo entre el sector productivo y educativo y busca que la oferta educativa y la demanda laboral tengan una estrecha relación. Busca certificar y poner en valor los aprendizajes previos que provengan de la educación no formal e informal, es decir, aprendizajes obtenidos en centros educativos o a través de la experiencia.</p> <p>Gracias a las certificación y capacitación constante se impulsa a que las personas puedan mejorar su empleabilidad y de ese modo tener más posibilidades de obtener mejores condiciones laborales a través del empleo formal.</p>

Pregunta	Respuesta
¿Cuál es la base normativa del MNC?	<p>El MNC se enmarca en el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional del Perú al 2021; y en la Visión del Perú 2050, los cuales están vinculados con la mejora de la oferta educativa, los mecanismos de reconocimiento de aprendizajes y al acceso a la información sobre las distintas cualificaciones ofrecidas en el país (Ministerio de Educación, PMESUT, CINTERFOR; 2020).</p> <p>También tiene como norma referente a la Política Nacional de Competitividad y Productividad 2019-2030, que tiene como prioridad el fortalecimiento del capital humano, en sus distintas áreas y enfoques.</p> <p>Como país que apunta a ser parte de la OCDE, la implementación del MNC en Perú, se enmarca en dos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas: garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos; así como promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.</p>
¿La experiencia laboral de una persona tendrá valor en el MNC?	Sí. El MNC apuesta por poner en valor los aprendizajes previos, la experiencia de la persona es un elemento fundamental para identificar el nivel de cualificación.
¿Las cualificaciones de una persona podrán ser reconocidas en otros países?	Dado que el MNC estandariza la formación educativa y laboral obtenida por las personas, permite que se pueda comparar el nivel de formación con otros marcos nacionales e internacionales, a fin de que las cualificaciones puedan ser válidos en otros países. Facilita la comprensión y el reconocimiento de las capacidades y las cualificaciones de las personas cuando desplazan en el extranjero por motivos de trabajo o estudios.
¿Qué niveles y tipos de educación abarca el MNC?	Consta de ocho niveles que agrupan los resultados de los aprendizajes, ya sea la formación general, profesional y la educación superior. El primer nivel se refiere a los Empíricos, el segundo a Capacitados, el tercer nivel a Auxiliares técnicos, cuarto nivel a Técnicos, quinto nivel a Profesionales Técnicos, sexto nivel a Profesionales, séptimo nivel a Maestrías y, por último, el octavo nivel corresponde a Doctorados.
¿Qué institución va a realizar la regulación y coordinación del MNC?	Un Grupo de Trabajo Multisectorial (GTM) tiene a su cargo la creación del MNC. Posteriormente una Comisión Multisectorial estará a cargo del MNC por un periodo de transición de cuatro (4) años, en el cual se continuará investigando el levantamiento de estándares laborales, formativos y evaluativos. Dicha comisión tendrá un mecanismo de gobernanza y de gestión mixta (formado por instituciones públicas y privadas) que garantizará su autonomía. Luego de ello, con unas mejores condiciones técnicas e institucionales, se creará una Autoridad del Marco Nacional de Cualificaciones.
¿Otros países cuentan con Marcos similares?	Chile, cuenta con un Marco de Cualificaciones Técnico Productivo circunscrito a la educación técnico-productiva. Panamá y Colombia están en proceso de implementación de sus marcos de cualificaciones. Se calcula que hasta la fecha 142 países cuentan con marcos de cualificaciones establecidos o en desarrollo, lo que garantizará la movilidad laboral entre las diferentes economías.
¿Alguien que no ha estudiado en centros de enseñanza superior, pero cuenta con habilidades específicas podrá certificarse?	<p>El MNC pondrá en valor el aprendizaje obtenido a través de la experiencia o centros educativos no formales, certificándolos y brindando las capacitaciones necesarias para que actualicen sus conocimientos.</p> <p>El MNC acreditará la formación obtenida a través de los programas de actualización o de formación realizado por los empleadores.</p>

Pregunta	Respuesta
¿Qué cambios tendrán que realizar los centros de estudios superior?	<p>Aún se encuentran realizando las investigaciones para identificar las demandas y necesidades laborales de los sectores productivos. Por el momento se están realizando estudios en los sectores de agroindustria y construcción. Luego de su validación, se trabajaría con los centros relacionados a esos sectores productivos.</p> <p>Se busca trabajar articuladamente con los centros de educación superior para que los cambios que se tengan que realizar se realicen progresivamente y en comunicación constante con la Comisión Multisectorial. En principio las cualificaciones del MNC deberán ser la base que oriente el desarrollo y actualización de la oferta formativas de las distintas instituciones educativas.</p>
¿La adaptación de los centros de enseñanza superior al MNC supondrá una inversión económica?	<p>No necesariamente. La aplicación del MNC implica principalmente cambios en la malla curricular del centro educativo. No obstante, aún se están realizando los estudios sectoriales. Los cambios o ajustes necesarios se realizarían articuladamente con la Comisión Multisectorial.</p> <p>Si bien se busca que la aplicación del MNC por parte de los centros de enseñanza superior no afecte el costo de la educación, es importante considerar que los cambios y avances tecnológicos que se produzcan en las industrias llevará a una actualización constante de la oferta formativa, estos cambios pueden darse en los contenidos y quizás en el arte práctico, lo cual puede representar inversión en docentes calificados, infraestructura y equipamiento. Todo ello es parte de las condiciones mínimas de calidad que debe brindar un servicio educativo para garantizar la formación profesional y técnica. Es por lo que aún se están realizando los estudios sectoriales; y la Comisión Multisectorial estará monitoreando permanentemente su implementación.</p>
¿Los centros de enseñanza superior tendrán un periodo de tiempo para adaptarse al MNC?	<p>Todos los centros formativos y de educación superior tendrán un periodo de transición para la implementación del MNC. Aunque no se han establecido fechas límites, se entiende que las realidades de los centros de educación superior son variables por lo que se buscará un consenso para todos.</p> <p>El proceso de implementación del MNC será progresivo, por lo que su aplicación en los centros de educación no será inmediata. El objetivo es que todos los estudiantes se beneficien con una amplia oferta educativa que cumpla con los estándares del MNC.</p>
En el caso de las universidades, ¿deberán sustentar la aplicación del MNC en su estructura educativa para la renovación del licenciamiento de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU)?	<p>Eso aún está siendo evaluado, sin embargo, se considera que la incorporación de las cualificaciones en los centros de educación superiores será progresiva y se busca que la transición a la incorporación del MNC en su oferta formativa sea accesible.</p>
¿Las empresas están obligadas a usar el MNC en sus procesos de evaluación de personal?	<p>No, sin embargo, los niveles de cualificación se están construyendo juntamente con las empresas, con el fin de que estas se adecúen a los requerimientos del mercado laboral, y así la oferta educativa también se adapte a ellos promoviendo de ese modo la empleabilidad y la competitividad de las empresas. Estos objetivos están alineados con la Política Nacional de Competitividad y Productividad del Estado el cual promueve la productividad y eficiencia de las empresas a través del fortalecimiento del capital humano.</p>

4.2. Elaboración de una ayuda memoria

Documento que sirve como base o insumo principal para el desarrollo de distintos materiales de comunicación y gestión. Si bien se refiere a un documento estándar, en el caso de las áreas de comunicación, es el repositorio de información esencial sobre un tema de interés.

Ayuda memoria

Marco Nacional de Cualificaciones (MNC)

Información clave para una mayor comprensión del MNC

- El MNC es un instrumento que busca poner en valor todos los conocimientos y aprendizajes obtenidos a lo largo de la vida en educación formal, no formal e informal. Esto con el fin de promover la empleabilidad, y brindar un marco más inclusivo e igualitario, que refleje las realidades del mercado laboral peruano.
- Una cualificación se refiere a un conjunto de conocimientos, habilidades y capacidades que permiten a las personas el ejercicio de una actividad profesional conforme a las exigencias del mercado. Dichos conocimientos pueden haber sido obtenidos de manera informal o a través del sistema de educación superior en cualquier nivel.
- El Marco Nacional de Cualificaciones crea una estructura, donde todas las cualificaciones son ordenadas y desarrolladas, mediante un esquema de niveles que permite relacionarlas y compararlas.
- Su objetivo es lograr que todos los peruanos tengan las mismas oportunidades, teniendo mayor acceso a ofertas laborales, y promoviendo la mejora de la calidad de la educación superior.
- A través de su implementación, el MNC facilitará la disminución de las brechas de acceso a una educación superior de calidad, fomentará la empleabilidad y el aprendizaje durante toda la vida.

Niveles de cualificación

- El MNC busca poner en valor los conocimientos y aprendizajes obtenidos de la educación formal, informal, y no formal. Por lo tanto, se ha desarrollado en base a ocho niveles de cualificación acordadas entre el sector educativo y el sector formativo. En estos niveles están incluidos todos los tipos de aprendizajes y conocimientos.
- Todos los sectores productivos están considerados en el MNC. El objetivo es abarcar todos los sectores productivos, pero será de modo progresivo y en articulación constante con los actores involucrados.

Público objetivo

- El MNC beneficiará a la sociedad en su conjunto, siendo una herramienta integral que favorece a distintos actores sociales:

Estudiantes

- Promueve la inserción laboral.
- Promueve el reconocimiento de aprendizajes obtenidos fuera del ámbito de la educación formal.
- Permite crear rutas formativas laborales para el desarrollo de su carrera

Instituciones educativas

- Es una oportunidad para mejorar la oferta educativa con las necesidades de las empresas.

Empresas y organizaciones

- Les va a orientar en su búsqueda del personal humano que requieran.
- Les va a permitir contratar a personal preparado con las competencias de los perfiles que necesitan. Les va a permitir crear un puente con las instituciones educativas para generar un diálogo constante y promover la alineación de la oferta formativa a las demandas laborales.
- Fortalecerá el capital humano aportando en la productividad y competitividad de las empresas.

Trabajadores

- Les va a facilitar el reconocimiento de los aprendizajes obtenidos mediante la experiencia laboral y educativa.
- Les va a permitir actualizar sus aprendizajes y/o tener la libertad de elegir oportunidades y proyecto de vida.
- Es una oportunidad para crear un puente con las empresas y así fomentar el diálogo constante entre ambos actores.

Autoridad a cargo del MNC

Un Grupo de Trabajo Multisectorial (GTM) tiene a su cargo la creación del MNC. Posteriormente

una Comisión Multisectorial estará encargada de la implementación por un periodo de transición de cuatro años. En este periodo de tiempo, se continuaría investigando en el levantamiento de estándares laborales, formativos y evaluativos. Posteriormente, se creará una Autoridad del Marco Nacional de Cualificaciones, quien tendrá la tarea final del manejo y gestión del marco.

Sobre el proceso de implementación

El MNC se encuentra en pleno desarrollo y para su implementación se ha planteado en seis etapas:

1. Conceptualización y diseño
2. Reconocimiento oficial y adopción formal
3. Operación inicial
4. Implementación plena
5. Comparabilidad y articulación con otros marcos
6. Evaluación del MNC y su implementación

Actualmente se ha concluido la primera etapa de conceptualización y diseño, y se está trabajando en la reactivación del GTM del MNC para definir el modelo de gestión y manejo a desarrollar, considerando que el compromiso y adopción formal de esta herramienta por parte de todos los actores involucrados es clave para lograr su éxito.

4.3. Elaboración de mensajes clave

Un mensaje básico es una idea central sobre un tema de interés o de relevancia para la organización. El objetivo de esta matriz de mensajes es definir los puntos principales a destacar sobre el MNC en toda la comunicación externa. Se refieren a argumentos breves y concisos, que servirán de complemento en toda interacción con actores.

Tabla 2. Mensajes clave por tipo de actor Marco Nacional de Cualificaciones

Aliados	Escépticos	Antagónicos	Pesimistas
El MNC posibilitará que el sistema de educación profesional y técnico productiva responda a las necesidades actuales y futuras de las empresas, de las organizaciones, y de desarrollo del país.	El MNC es un instrumento para el desarrollo, clasificación y reconocimiento de habilidades, conocimiento y competencias. Está estructurado por niveles a partir de resultados de aprendizaje, permitiendo la creación de programas de formación orientados tanto hacia la certificación de competencias laborales.	El MNC ayudará a afrontar los nuevos desafíos en educación y formación, asegurando que estos sean pertinentes y de calidad, enfocadas a atender las necesidades económicas y sociales del país.	Es una herramienta que busca facilitar el reconocimiento de las competencias adquiridas mediante la experiencia laboral y educativa a lo largo de su vida, facilitando su acceso a mayores oportunidades laborales.
Fortalecerá el capital humano a través de la formación de mejores competencias para todos.	El MNC promueve el aprendizaje y la empleabilidad de las personas. Se podrá conocer el nivel de formación de estudiantes y egresados de instituciones, así como las competencias y desarrollo, mejorando sus posibilidades de inserción en el mundo laboral.	El MNC permite ordenar y transparentar la oferta formativa y relacionarla directamente con los resultados que se podrían obtener; logrando así una mejora de la calidad de la educación superior.	Promueve la creación de un puente entre el sector productivo y el sector educativo, alineando la oferta educativa a las necesidades y demandas laborales de las empresas.
Como país que apunta ser miembro de la OCDE, el Perú debe contar con sistemas educativos y de capacitación que impulsen el desarrollo de las personas.	Otros países han logrado grandes avances en la aplicación de un Marco de Cualificaciones. Se calcula que hasta la fecha 142 países cuentan con marcos de cualificaciones establecidos o en desarrollo.		
En la región, Chile cuenta con un Marco de Cualificaciones Técnico Productivo circunscrito a la educación técnico-productiva. Panamá y Colombia están en proceso de implementación.	El MNC busca promover la certificación y capacitación constante del personal humano para que los conocimientos y habilidades de todos sean funcionales en el contexto actual.	Facilitar la identificación del aprendizaje y competencias de los postulantes a un puesto de trabajo y/o del personal de trabajo, permitiendo contar con personal más competitivo.	
El MNC favorece el relacionamiento entre niveles y actores del sistema de formación de habilidades y del mundo productivo.	Dado que el MNC estandariza la formación educativa y laboral obtenida por las personas, permite la comparabilidad y articulación con otros marcos nacionales y/o regionales, a fin de que las cualificaciones puedan ser válidos en esos escenarios.	El MNC reconoce las cualificaciones de las personas y promueve el aprendizaje en todos los niveles.	

Aliados	Escépticos	Antagónicos	Pesimistas
A través del MNC brinda oportunidades para todos, sin distinción de lugar de estudios, de experiencial laboral o técnico productivo.	El MNC genera confianza entre los actores en torno a la calidad y pertinencia de las cualificaciones.		
	El MNC pondrá en valor el aprendizaje obtenido a través de la experiencia o centros educativos no formales certificándolos y brindando las capacitaciones necesarias para que actualicen sus conocimientos.	El MNC acreditará la formación obtenida a través de los programas de actualización o de formación realizado por los empleadores.	La implementación del MNC aportará en la mejora de las condiciones laborales porque promueve el diálogo entre el sector productivo y educativo y busca que la oferta educativa y la demanda laboral tengan una estrecha relación.
		El MNC aportará en la mejora de las condiciones erradicación del subempleo porque ajustará la educación y formación a las necesidades del sistema productivo y de la economía. Gracias a las certificación y capacitación constante se impulsa a que las personas puedan mejorar su empleabilidad y de ese modo tener más posibilidades de obtener mejores condiciones laborales a través del empleo formal.	Los aprendizajes previos, la experiencia laboral o habilidades técnicas serán reconocidos por el MNC, logrando más oportunidades para todos.

5. PROPUESTA DE ACTIVIDADES DE POSICIONAMIENTO COLECTIVAS Y/O POR CADA ACTOR IDENTIFICADO

5.1. Plan de trabajo

a. Actividades informativas y/o de sensibilización por grupo de actores o por cada actor

El resultado de la segmentación propuesta revela la necesidad de que el MNC desarrolle una estrategia proactiva que permita crear una relación con aquellos actores que pudieran ser aliados en la comunicación ya sea para evitar o atender una crisis. En esta sección se explora la oportunidad de trabajo con cada uno priorizándose a las instituciones y organizaciones de acuerdo con el grado de relación que mantiene en cada caso, y conforme a la segmentación según las características de los *stakeholders*.

Tabla 3. Segmentación de actores

Segmentación	Actores	Detalle
Aliados	Ministerio de Trabajo, Gobierno MEF, SUNEDU, SINEACE.	Se busca afianzar la relación y generar mayor colaboración. Los aliados son los que tienen credibilidad hacia el MINEDU y a su vez el MNC les parece útil o aplicable.
Escépticos	Comunidad académica, colegios profesionales, institutos privados, institutos públicos, universidades públicas.	El objetivo es desarrollar una relación sostenida a largo plazo. Los escépticos son los que creen en la utilidad del MNC más no en el Ministerio de Educación.
Antagónicos	Medios de comunicación de Lima, medios regionales, gremios de trabajadores, Congreso, profesores y profesoras.	Crear una relación para el apoyo e involucramiento en la implementación del MNC. Los antagónicos son los que tienen credibilidad hacia el MINEDU, pero no consideran al MNC como algo útil o aplicable.
Pesimistas	Gremios de empresas, universidades privadas, opinión pública, cooperación y ONG, empresas.	Mantenerlos cercanos, actualizados sobre los avances del MNC y en el largo plazo lograr su colaboración. Los pesimistas son los que no tienen credibilidad en el MINEDU y consideran al MNC poco útil o aplicable.

A continuación, se presenta una lista de actividades propuestas para desarrollar con los diversos actores. El objetivo es que a través de estas acciones se podrán mantener contacto permanente ya sea a través de la coordinación de reuniones y/o mediante el suministro de información, y asegurar el involucramiento de las partes.

Tabla 4. Actividades a desarrollar por tipo de actor

Actividades/segmento	Aliados	Escépticos	Pesimistas	Antagónicos
Reuniones de acercamiento y coordinación (relacionamiento)	X	X		X
Reportes de avance	X			
Material informativo	X	X	X	X
Gabinete de prensa		X	X	
Eventos académicos	X	X	X	
Talleres de capacitación con periodistas	X	X	X	X
Contenido digital			X	X

b. Detalle de los instrumentos y herramientas que incluye la estrategia para el conjunto de los actores y para cada actor

1. **Reuniones:** acercamiento a los representantes y coordinadores de las organizaciones aliadas a fin de asegurar el mayor conocimiento sobre la creación y desarrollo del MNC, afianzar la participación de los mismos, y el intercambio de ideas y experiencias.
 - a. Reuniones periódicas de coordinación entre todas las instituciones. Si bien dependerá del avance del trabajo realizado, se recomienda como mínimo cada 15 días.
 - b. Esta tarea deberá estar a cargo del equipo del MNC. Se recomienda aprovechar estas reuniones como tema para la difusión externa del avance de la implementación del MNC.
2. **Reportes de avances:** actualización constante de los avances y cambios sobre el MNC. Esta actividad permitirá el fortalecimiento de las relaciones entre las distintas instituciones.

Los reportes de avance son documentos breves elaborados por el equipo del MNC y enviados por correo electrónico. Son documentos breves con la actualización del proceso de implementación y de hechos relevantes que deben ser difundidos entre los actores.

3. **Material informativo:** desarrollo de material visual para que pueda ser difundido y transmitido entre las diferentes instituciones, y los aliados y restos de actores a su vez puedan compartirlo entre sus diversos *stakeholders*. Esto permitirá posicionar el proceso de implementación del MNC en el país.

El desarrollo del material debe ser actualizado periódicamente, como mínimo cada 15 días, y según la actualización y avances en la implementación. Debe desarrollarse en coordinación con el área de comunicación.

- a. Infografías.
- b. Presentaciones y gráficos.

4. **Gabinete de prensa:** generación de noticias e información a través de los medios de comunicación para mantenerlos actualizados, anunciar actividades conjuntas en el marco de la implementación del MNC.

Las acciones por realizar en esta tarea están desarrolladas en el **punto 3.5.2** en la estrategia de PR, y están a cargo del área de comunicación.

5. **Capacitación a periodistas:** realización de talleres y charlas para lograr una mayor comprensión del impacto y del proceso de implementación. Se ha considerado esta actividad en el trabajo con actores porque los medios también son actores claves, no obstante, el desarrollo de la capacitación a periodistas está en el punto 3.5.2.
6. **Contenido digital:** se refiere a cualquier pieza de información que se pueda incluir en un medio digital. Dado que se trata de la difusión de información a través de internet, la combinación de textos e imágenes logra mayor atención en el público. Debido a que esta combinación es compartida 3 veces más en redes sociales que cualquier otro tipo de contenido, es excelente para maximizar el impacto.

El detalle de la actividad está contenido en la estrategia de redes: **punto 3.5.3.**

7. **Evento académico:** se busca promover el diálogo entre actores clave del MNC y formar opinión con los jóvenes.
 - a. Desarrollo de conversatorio, vía la plataforma Zoom, con el tema: “Educación superior y demandas laborales”.
 - b. Público objetivo: Escépticos, principalmente comunidad académica y empresas.
 - c. El conversatorio se realizaría vía Zoom, pero sería transmitido vía Facebook.
 - d. Se propone la invitación de los siguientes participantes:
 1. Miguel Jaramillo, economista de Perú Compite, entidad que forma parte del Grupo de Trabajo recientemente activado. Cabe mencionar, que Perú Compite en 2019 presentó una propuesta para formalizar a los nuevos trabajadores que se contraten en las pequeñas empresas, manteniendo los beneficios laborales como gratificaciones o CTS, pero cambiando la forma en que se asumen los costos para la cobertura de seguro y los aportes para las pensiones (Consejo Privado de Competitividad Plantea Esquema de Formalización–IPAE–Asociación Empresarial, n.d.).
 2. Investigador Hugo Ñopo (Grupo de Análisis para el Desarrollo, GRADE), coautor del libro “Ser joven en el Perú: educación y trabajo” en el que tras un análisis del vínculo educación y empleabilidad, recomienda la implementación del MNC como pedida para construir un puente entre ambos sectores.
 3. Ex-Ministro de Educación, Ricardo Cuenca. Ha sido investigador principal y director general del Instituto de Estudios Peruanos y profesor principal del Departamento de Educación de la Universidad Peruana Cayetano Heredia. Sus principales líneas de investigación se desarrollan en los temas de reformas y políticas educativas comparadas. Específicamente, trabaja en temas sobre, educación y política, educación superior e inclusión social y cuestiones docentes.
 4. Ex-Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo, Javier Palacios. Es abogado graduado por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y tiene **cerca de 23 años de experiencia dentro del ámbito público y privado**. Su perfil señala que durante su labor en el MTPE se ha orientado en el diseño, implementación y gestión de proyectos vinculados con los sectores educación, trabajo, empleo y capacitación laboral. (*Javier Eduardo Palacios Gallegos–Ministro de Trabajo y Promoción Del Empleo | Gobierno Del Perú, n.d.*)
 5. María Isabel León, ex-presidenta de la CONFIEP, entidad miembro del Grupo de Trabajo del MNC. Fue directora general del Centro de Estudios de Aviación Profesional Avia y del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Iberoamericana, así como presidenta de IPAE. También fue presidenta de Asiste Perú (Asociación de Institutos Superiores Tecnológicos y Escuelas Superiores del Perú) (*Maria Isabel Leon Klenke | LinkedIn, n.d.*)

6. Christian Pardo, presidente fundador del Frente Nacional de la Juventud, organización de dimensión nacional de jóvenes que surge sobre la base de organizaciones vinculadas al movimiento juvenil peruano y que va en búsqueda de ampliar su participación dentro del quehacer público del país. Fue creada en el año 2009 y desarrolla actividades a nivel nacional.

Cronograma

Se presenta a continuación el cronograma de trabajo de las acciones sugeridas para los actores según la segmentación propuesta.

Tabla 5. Cronograma de acciones para actores

Actividades	Cronograma									
	Q1	Q2	Q1	Q2	Q1	Q2	Q1	Q2	Q1	Q2
	Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5	
Reuniones de acercamiento y coordinación (relacionamiento)										
Reportes de avance										
Material informativo										
Gabinete de prensa										
Evento académico										
Contenido digital										

5.2. Estrategia de medios - Relaciones Públicas (PR)

a. Estrategia de vocero (incluye un *media training*)

Es imprescindible un entrenamiento previo. Aprovechar cada oportunidad con la prensa y avanzar a la consecución de los objetivos. La prensa puede ser el mejor de los aliados o el peor enemigo de, por ejemplo, un ministro, ello dependerá de cómo este se relacione con ella.

El *media training*, aunque es una herramienta muy útil en lo inmediato, debe enmarcarse dentro de la estrategia comunicacional; es decir, en un plan de comunicaciones bien estructurado que contribuya de manera sostenible a crear, mejorar o preservar el capital reputacional de una institución, empresa o persona.

Dado que este entrenamiento fue presencial y solo se dispuso de dos horas para su ejecución, se adaptó el programa de *media training* hacia una presentación de la dinámica de los medios, y análisis de casos desde la experiencia del periodista invitado.

Agenda

1. Los medios y el contexto actual.
 - Contexto económico de los medios.
 - Principales organizaciones y grupos de medios.
 - Una luz al final del túnel: INEI.
2. Los medios y sus relaciones con marcas y empresas: un enfoque periodístico.
 - Principales periodistas y líderes de la comunicación.
3. Jornada de preguntas & respuestas con César Campos.
 - Características fundamentales del entrevistado con el periodismo.
 - Evaluación de casos.
 - Consultas del equipo en base a sus propias temáticas.
 - Manejo de la comunicación por cada tipo de actor (comentarios del periodista invitado).



Tabla 6. Personas que participaron en el taller de media training

Directora General de Educación Técnico-Productiva y Superior Tecnológica y Artística	Rommy Urbano
Coordinadora de Cualificaciones de DIGESUTPA	Rosalía Antonio
Director de la Dirección de Evaluación y Certificación de Educación Superior	Christian Pacheco
Directora de Normalización y Certificación de Competencias Laborales	Elizabeth Cornejo
Directora de la Dirección General de Formación Profesional y Capacitación Laboral	Emelyn Arancel Barrera
Economista senior CPC (GTM)	Miguel Jaramillo
Director de Políticas de la Dirección General de Políticas Análisis Regulatorio – PRODUCE (GTM)	Luis Antonio García
Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (GTM)	Rosio Flores
Directora de Servicios de Educación Técnico-Productiva y Superior Tecnológica y Artística	Ana Alfaro
Veedores	Sandra Valdivia Sebastián

- Desarrollo de media training

El media training se realizó el 12 de marzo. La sesión duró dos horas y fue en modo virtual debido a las restricciones sanitarias. No hubo mucha participación de los asistentes durante la segunda parte del evento, que bajo la metodología de pregunta y respuesta, se analizarían casos de comunicación. A pesar de la insistencia del periodista César Campos, quien estuvo a cargo de esta parte, solo se obtuvieron dos intervenciones.

- Resultados del proceso

Se entregó una copia de la grabación de la sesión. Dado que la viceministra de Gestión Pedagógica-MINEDU y la viceministra de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral-MTPE no pudieron participar debido a problemas de agenda, se entregó un documento complementario con recomendaciones y tips a tomar en cuenta por los voceros durante una interacción con los medios.

b. Gestión de prensa

Estrategia de comunicación externa

El objetivo de una estrategia de comunicación es conseguir que el público comprenda y participe activamente y bien informada sobre un tema en particular. Son un conjunto de acciones coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo que tienen como objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de estos en acciones presentes y/o futuras. Y en el caso del MNC, la estrategia de comunicación debe construirse aprovechando los espacios y oportunidades que existan pero que estén totalmente alineados con los intereses centrales.

Dado que el MNC es un instrumento para promover y mejorar el acceso de todos al aprendizaje, requiere de un trabajo de comunicación sostenido para lograr resultados en el largo plazo. A través de estas acciones se logrará difundir las ideas y mensajes relevantes para ser compartidos a los grupos de interés y de esta manera fortalecer el trabajo con los públicos.

c. Metodología

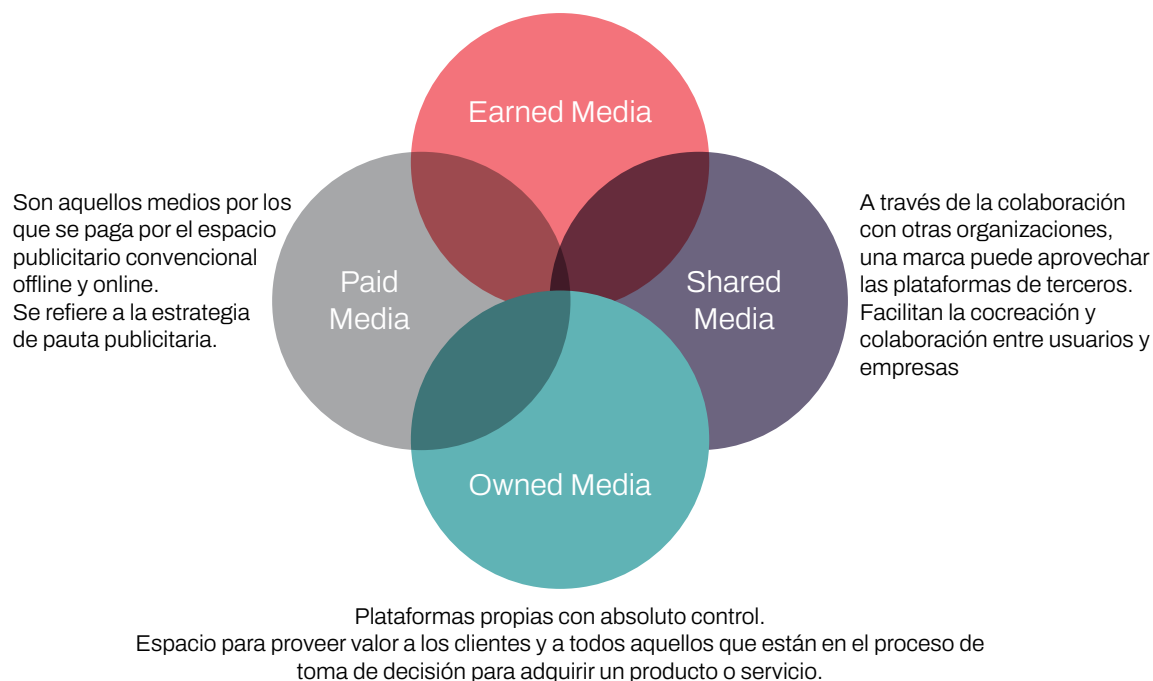
La metodología para el desarrollo de las actividades en esta etapa estará basada en el P.E.S.O Model, creado en el año 2014, el cual explota o aprovecha la integración de los medios pagados (*Paid media*), ganados (*Earned media*), compartidos (*Share media*) y propios (*Owned media*) para ampliar el alcance de las acciones de comunicación.

Este nuevo concepto permite trazar el camino del plan de comunicación no por herramienta sino por el espacio o plataforma a emplear, aprovechando mejor los espacios y las oportunidades de comunicación. En tal sentido, las acciones en prensa y redes sociales se complementarán y permitirán amplificar el alcance de la comunicación según se detalla a continuación:



Gráfico 1. Metodología P.E.S.O. Model

Resultado de la gestión de relaciones públicas: menciones y cobertura en medios tanto tradicionales como digitales. Contenido online generado por el público..



- **Paid media** (medios pagados): para el caso del MNC, no se está incluyendo las acciones en Paid Media, por cuanto se refiere a *publicidad pagada en medios*, lo cual no está considerado en los requerimientos del estudio.
- **Earned media** (medios ganados): publicaciones en prensa, televisión, radio, internet (portales de noticias).
- **Share media** (medios compartidos): webs de otras instituciones (no prensa), eventos de terceros, revistas institucionales de otras organizaciones (no medios), etc.
- **Owned media** (medios propios): website, redes sociales, boletines online, comunicados.

5.2.1 Fases de la comunicación

En tal sentido, una estrategia de comunicación puede tener varias etapas según el proceso de implementación de un producto o servicio. Para efectos del MNC, la comunicación se dividirá en dos etapas.

Dentro de este punto se desarrollan las siguientes fases: lanzamiento y mantenimiento:

Fase de lanzamiento

Acciones de comunicación de la Fase de lanzamiento

El objetivo principal en esta etapa es el de dar a conocer al público la creación del MNC. Si bien la estrategia del MNC cuenta con varios públicos claves (escépticos, pesimistas, aliados y antagonistas), esta etapa de la comunicación se basa en acciones de carácter masivo, tratando de alcanzar a todos los públicos con la información básica y esencial; siendo los medios de comunicación un objetivo esencial en el periodo de lanzamiento y, a su vez, un vehículo para llegar a los tres públicos claves.

Se basa principalmente en el trabajo con los medios de comunicación (earned media), y se debe emplear el material de comunicaciones que ha sido elaborado y segmentado según el tipo de medios y se organizarán eventos dirigidos a este público objetivo.

Tabla 7. Actividades en la fase de lanzamiento

Herramienta	Actores			
	Escépticos	Antagónicos	Aliado	Pesimistas
1. Conferencia de prensa	×	×	×	×
2. Streaming RRSS	×	×	×	×
3. Nota de prensa	×	×	×	×
4. Entrevistas	×	×	×	×

a. Conferencia de prensa

Convocatoria a los medios para anunciar un tema en general o en específico. Con el desarrollo tecnológico y la crisis sanitaria, este tipo de eventos se reinventaron, usando las plataformas Zoom, Teams, Google Meet, entre otros, como los espacios para la realización de este tipo de eventos. Dada la agenda recargada y poca disponibilidad de los periodistas, la conferencia de prensa debe ser no mayor a una hora, con un lenguaje directo y con el apoyo de recursos visuales (presentaciones, videos, entre otros) que aporten en la transmisión del mensaje de interés.

- Convocatoria a medios y líderes de opinión: envío de invitación vía correo electrónico.
- Seguimiento y confirmación de asistencia.
- Coordinación logística (plataforma de internet a emplear).
- Entrega de la nota de prensa a los medios que participan del evento.
- Seguimiento de las publicaciones.
- Materiales para la conferencia de prensa.
 - Convocatoria:
 - » Invitación a los medios (digital).
 - » Press Release: se envía por correo electrónico a los medios invitados.
 - Nota de prensa.
 - Ayuda Memoria sobre el MNC.
 - Material visual institucional.

b. Streaming de la conferencia de prensa

- El *streaming* en vivo es la transmisión de un evento por internet en el momento en que sucede. Permite un mayor alcance del evento en la población sobre todo en el público usuario de las redes sociales. De acuerdo a un estudio elaborado por IPSOS en el año 2020, el 55 % de la población Perú Urbano son usuarios de redes sociales. El 96 % de dichos usuarios pertenece a Facebook, convirtiendo a esta red en la más usada.
- El evento sería transmitido a través de las redes sociales del MINEDU (owned media) y de las instituciones involucradas: Ministerio de Trabajo y Ministerio de la Producción (share media).
- Público Objetivo: General (usuarios finales).

c. Difusión de la nota de prensa:

- Herramienta básica para la difusión de los mensajes principales relacionados al lanzamiento del MNC. Está dirigido a los medios de comunicación, quienes se encargarán de su publicación en las diversas plataformas (earned media). Con la actual convergencia de medios, el uso e importancia de estos comunicados ha evolucionado muchísimo y ha alcanzado un carácter mucho más estratégico.
- Se enviará a los medios de comunicación la Nota de Prensa que anuncia la creación e implementación del Marco Nacional de Comunicaciones.
- Coordinación con medios y seguimiento de las publicaciones durante la primera semana.
- Adjunto Nota de Prensa a emplear en el lanzamiento. **Ver Anexo 3.**

A continuación, los medios de comunicación considerados:

Tabla 8. Medios de comunicación

Periódicos	Televisión	Radio/Revistas	Online	
El Comercio	Latina	RPP	Comercio.pe	ATV.pe
Gestión	América TV	Exitosa	Gestion.pe	Exitosa.pe
Perú 21	ATV	Radio Nacional	Peru21.pe	Karibeña.pe
Ojo	Panamericana TV	Radio Comas	La República.pe	lakalle.com.pe
La República	Willax	La Kalle	Trome.com	Latina.pe
Trome	Capital TV		Peru.com	Aweita
Correo	TNP Perú	Semana Económica	Business Empresarial	El popular.pe
El Peruano	Exitosa TV	Revista Mujer	Correo.pe	Rpp.pe
El Popular	Canal N	Caretas	Andina de noticias	Peruinforma.pe
Karibeña	Canal 10 RPP	Somos	Guik.pe	Emprendedor.pe
Diario Uno	Univisión	Business	CanalN.pe	Perú Regional
El Nuevo Sol		Stakeholders	América	La Mula
El Men		Business empresarial	WAPA	La Primera
Diario Expreso			Expreso.pe	La Prensa Perú
La Razón			Stakeholders	

d. Gestión de entrevistas

Interacciones con medios para ampliar la información ofrecida en la nota de prensa. Esta herramienta resulta eficaz para la introducción de temas relevantes y profundizar en los aspectos claves de una campaña o tema.

- Se coordinarán entrevistas con los voceros del MNC. Si bien dependerá de la disponibilidad del medio, se priorizará los medios de mayor alcance.
- Objetivo: Explicar los beneficios y las implicancias del MNC en Perú. También se busca despejar dudas y convocar a los demás actores sociales a involucrarse.
- Se ha propuesto la coordinación de dos entrevistas mínimo en medios en el marco del lanzamiento del MNC.

Antes de la realización de las entrevistas, se realizarán las siguientes actividades preparatorias:

- Se revisarán los mensajes de los temas a difundir en la cita.
- Se preparará el perfil de periodistas y medios, como información preparatoria ante una entrevista.
- Preparación y acompañamiento de portavoces en cada interacción con medios.

Tabla 9. Propuesta de medios y temas para el desarrollo de entrevistas

Entrevista	Medio y programa	Tema/enfoque
Entrevista al Ministro de Educación	La Rotativa del Aire con Patricia del Río y Jaime Chincha (mañana)- RPP TV.	Perspectiva de la mejora de la calidad de la educación superior.
Entrevista al Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo	Jaime Chincha “Nada está dicho” - RPP TV.	Perspectiva de cómo la implementación del MNC promueve la empleabilidad.

Fase de seguimiento (sugerido)

Actividades para la Fase de seguimiento

Luego del lanzamiento del MNC debe crearse una hoja de ruta que facilite el orden de las tareas y acciones a realizar para el desarrollo de una difusión constante entre sus públicos. A partir de esta etapa, las acciones son específicas de acuerdo con los públicos establecidos para el MNC y se proyectan hacia periodos de tiempo más largo.

Se apunta a mantener el flujo de información sobre el MNC con los públicos a través de diversas acciones. Y es a partir de aquí que el mantenimiento de acciones de comunicación en el largo plazo busca lograr el posicionamiento del MNC y participación de los actores en su desarrollo.

Tabla 10. Actividades de la Fase de Seguimiento por actores

Herramienta	Actores			
	Escépticos	Antagónicos	Aliado	Pesimistas
1. Artículos de opinión	×	×	×	×
2. Relacionamiento con medios	×	×	×	×
3. Nota de prensa	×	×	×	×
4. Entrevistas	×	×	×	×
5. Webinars	×	×	×	
6. Microprogramas	×	×		
7. Testimoniales	×	×		×
8. Capacitación a periodistas		×		

Actividades en la fase de seguimiento:

a. Publicación de artículos de opinión

También conocido como columna de opinión, es un texto que tiene como fin despertar cierto interés de la opinión pública al tratar temas o problemáticas en primera persona. A diferencia de la nota de prensa, a través de un artículo se puede generar opinión, o posición con respecto a un tema e incidir en datos o aspectos que no se profundizan a través de un comunicado de prensa. Los artículos de opinión constituyen una excelente oportunidad para destacar el expertise de los voceros y posicionarlos como especialistas en un tema.

- Objetivo: Formar una opinión favorable alrededor del MNC a través de la explicación de los beneficios y alcances del MNC.
- Se gestionará con los medios que cuentan con espacios para columnas de opinión de especialistas invitados. Dado por su carácter, la entrega de los artículos no es masiva. Debe ser exclusiva por medio.
- Se ha desarrollado un artículo de opinión como base. Se recomienda elaboración de diversos artículos para cubrir una mayor cantidad de medios (ver Anexo 4).

Tabla 11. Medios sugeridos para la gestión de artículos de opinión en la Fase de Seguimiento

Earned Media	Share media
El Comercio	Revista La Cámara
Gestión	Asociación Pyme
La República	Portal de Turismo
Correo	Confiep
Agencia de noticias Andina	
RPP	
Stakeholders	

b. Relacionamiento con periodistas: El objetivo es informar y sensibilizar a los periodistas para que se conviertan en aliados y de esa manera, coadyuven para que el MNC se incorpore a la agenda pública.

- Público objetivo: Antagónicos, principalmente periodistas, sin embargo, al lograr su apoyo en la difusión del MNC hay más posibilidades de lograr una percepción a favor del MNC.
- Se busca que estas reuniones se produzcan con editores, jefes de sección y eventualmente directores y directivos de los principales medios.
- Es importante que se abra un canal de comunicación y conocimiento que puede ser útil en determinados momentos en que la marca necesita comunicarse.
- Tipo de evento: reuniones informales. Por el contexto de pandemia, sólo podría realizarse vía digital.

Tabla 12. Medios sugeridos para el relacionamiento en la Fase de Seguimiento

Earned Media	Contacto
El Comercio	
Gestión	Julio Lira, director
La República	
Correo	Ivan Slocovich, director
Agencia de Noticias Andina	Félix Paz, director
RPP	
América TV	Gabriela García, productora de Cuarto Poder
Latina	

- c. **Nota de prensa:** documento informativo que sirve de conductor para la gestión con medios de comunicación, por lo que impacta en todos los públicos a través de los medios y la publicación en plataformas digitales. Esta herramienta se desarrollará a través de las acciones de prensa que complementarán el trabajo con actores.
- d. **Entrevistas:** se propone la generación de entrevistas a voceros y a actores aliados. Al igual que en la herramienta anterior, la gestión de esta actividad se realizará a través de las acciones de prensa.
- e. **Webinars:** actualmente son uno de los formatos de contenido más útiles para construir relaciones con el público. Se brinda información de interés bajo el concepto de capacitación y no implica altos costos en la producción. Es posible segmentar esta actividad de acuerdo con el tema de cada charla.
- Se recomienda desarrollarlos cada 15 días. Cada charla durará 1 hora.
 - Alternar los temas según los intereses y características de los *stakeholders*.
 - Se recomienda la participación de especialistas de las organizaciones involucradas: PMESUT, MINEDU, MTPE, PRODUCE. Cada uno desde sus áreas de trabajo pueden presentar una perspectiva o enfoque de interés.
 - Temas sugeridos por cubrir:
 - » Aspectos metodológicos del MNC.
 - » Experiencia del marco de cualificaciones en otros países.
 - » Cómo pueden participar las universidades.
 - » Cómo pueden aprovechar los estudiantes las ventajas del MNC.
 - » Herramientas para fomentar las competencias laborales.
 - » MNC: Oportunidades para las empresas.

- f. Microprogramas: contenido para ser difundido en medios y/o en internet, que permite informar y sensibilizar a los públicos.
 - Formato radial: para ser difundido en radios de provincias, principalmente en las ciudades con menor penetración de internet.
 - Formato audiovisual: videos de 1 minuto de duración para ser usado en las plataformas digitales del MINEDU y de las instituciones aliadas.
- g. Testimoniales: Es contenido basado en la experiencia de las personas. Para la difusión del MNC, esta herramienta puede ser muy efectiva, pues sensibiliza y humaniza el impacto y los beneficios que puede generar la puesta en marcha del MNC. Pueden participar: estudiantes, profesores, personas con habilidades adquiridas interesadas en certificarse, centros de estudios, empresas, expertos en recursos humanos, etc. Estos testimoniales pueden ser grabados (audiovisual) o escritos, para ser usados en las diversas plataformas de difusión.
- h. Capacitación a periodistas: realización de talleres y charlas para lograr una mayor comprensión del impacto y del proceso de implementación. Esto permitirá fortalecer las capacidades de los medios en la comprensión del Marco Nacional de Cualificaciones y su proceso de implementación.

Se recomienda realizar un primer taller de capacitación en el primer mes de trabajo con actores y el segundo taller 4 meses después. El contenido será revisado junto con el equipo a cargo, no obstante, se sugiere lo siguiente:

Contenido sugerido en la primera charla:

1. Sobre el MNC.
 - a. Concepto.
 - b. Características.
 - c. Escenario local.
 - d. Marco normativo.
 - e. Comité sectorial.
 - f. Experiencia en otros países.
2. Impacto social y económico.
 - a. Beneficios para los estudiantes.
 - b. Beneficios para las empresas.
 - c. Beneficios para las instituciones.
3. Avances en la implementación.
 - a. Detalle de las actividades realizadas al momento.

5.3. Estrategia de redes

En un universo digital como el que se vive actualmente es necesario incorporar una estrategia en este segmento. Dado que se trata de plataformas propias, el manejo y difusión de contenido se vuelve más accesible y de mayor control para la organización o institución. En el caso del MNC la estrategia digital está basada en:

1. Website propio
2. Redes sociales propias

a. Website

Se propone el uso de una website propia. Espacio para el repositorio de toda la información necesaria y de todas las actividades relacionadas al MNC. En el caso que no pudiera crearse de forma independiente, debe estar integrada dentro del site del MINEDU con contenido propio y actualización periódica.

Este es un recurso relevante porque será la fuente de consulta principal por parte de los diferentes actores: comunidad académica, empresas, y estudiantes. Y será un espacio vivo con actualizaciones periódicas sobre los avances en la implementación del MNC.

Recursos necesarios para el desarrollo de la web del MNC:

- Dirección online: www.mnc.gob.pe o www.marcoeducacion.gob.pe
- Identidad de marca: logo.
- Diseño: estilo de la página.
- Contenido orgánico.
- Recursos visuales: imágenes, gráficos, infografías, videos, etc.

Índice sugerido

Si bien el contenido se definirá con las áreas a cargo del MNC. Este es un índice sugerido con los tópicos básicos que deben ser considerados en el desarrollo de un website:

Tabla 14. Índice sugerido para el website del MNC

Sobre el MNC	<ul style="list-style-type: none"> • Qué es el MNC. • Objetivos. • Principios básicos del MNC. • Instituciones que participan.
Soporte	<ul style="list-style-type: none"> • Para educadores y asesores. • Para estudiantes. • Para empresas.
Descriptor del MNC	<ul style="list-style-type: none"> • Niveles. • Áreas productivas.
Regulatorio	<ul style="list-style-type: none"> • Marco normativo. • Proyectos vinculados en desarrollo.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Q&A. • Infografías. • Videos. • Testimonios. • Campañas.
Sala de prensa	<ul style="list-style-type: none"> • Notas de prensa. • MNC en los medios. • Recursos para medios.
Convenios	<ul style="list-style-type: none"> • Con instituciones.

b. Redes sociales

Identificación de redes

Monitoreo de las principales redes sociales vinculados a temas de educación y relacionadas con los grupos objetivos de la comunicación. Esto permitirá conocer los temas de interés y posteriormente gestionar publicaciones en dichas plataformas.

Listado de redes por tipo de público

Pesimistas

Confiep	https://www.facebook.com/CONFIEP https://www.linkedin.com/company/confederaci%C3%B3n-nacional-de-instituciones-empresariales-privadas-confiep/ https://www.confiep.org.pe/
Sociedad Nacional de Industrias	https://www.facebook.com/SNIIndustrias https://www.linkedin.com/company/sociedad-nacional-de-industrias/ www.sni.org.pe
COMEX	https://www.comexperu.org.pe/
Cámara de Comercio Americana	https://amcham.org.pe/ https://www.facebook.com/amchamperu https://www.linkedin.com/company/american-chamber-of-commerce-of-peru/
Asociación de Bancos	https://www.asbanc.com.pe/ https://www.facebook.com/ASBANCPeru https://www.linkedin.com/company/asbancperu/
Asociación de Universidades del Perú	https://asup.edu.pe/ https://www.linkedin.com/company/asupasociaciondeuniversidadesdelperu/about/ https://www.facebook.com/ASUPasociaciondeuniversidadesdelPeru
Cámara de Comercio de Lima	https://www.camaralima.org.pe/ https://www.facebook.com/CamaradeLima https://www.linkedin.com/company/camaradelima/
PUCP	https://www.linkedin.com/school/pucp/ https://www.pucp.edu.pe/ https://www.facebook.com/pucp
Universidad de Lima	https://www.ulima.edu.pe/ https://www.facebook.com/ulima.pe
Aspec	https://aspec.org.pe/ https://www.linkedin.com/company/asociaci%C3%B3n-peruana-de-consumidores-y-usuarios-aspec/about/ https://www.facebook.com/aspec.oficial
Asociación Nacional de Universidades Públicas	https://anupp.edu.pe/ https://www.facebook.com/ANUPPERU

Antagónicos

Ideele	https://revistaideele.com/ideele/ https://www.facebook.com/ideele https://www.facebook.com/ideele
El Comercio	https://elcomercio.pe/ https://www.facebook.com/elcomercio.pe
Diario Gestión	https://www.facebook.com/Gestionpe/ https://gestion.pe/
Caretas	https://caretas.pe/ https://www.facebook.com/groups/revista.caretas
Asociación Nacional de Periodistas	www.anp.org.pe https://www.facebook.com/ANPgreiodelaprensaperuana
Instituto de Prensa y Sociedad	https://ipys.org/quienes-somos https://www.facebook.com/ipys.org
La República	https://larepublica.pe/ https://www.facebook.com/larepublicape/
Consejo de la prensa peruana	http://consejoprensaperuana.org.pe/ https://www.facebook.com/ConsejodelaPrensa/
Diario Correo	https://diariocorreo.pe/ https://www.facebook.com/CorreoPeru
Diario El Pueblo Arequipa	https://www.facebook.com/DiarioElPueblo https://diarioep.pe/
Diario La Industria	https://www.facebook.com/LaIndustria.pe/ www.laindustria.pe
CGTP	http://www.cgtp.org.pe/ https://www.facebook.com/cgtp.peru/ https://twitter.com/cgt_peru
Central Autónoma de Trabajadores	http://www.catperu.org.pe/ https://www.facebook.com/CATP.Central/
Congreso de la Republica	www.congreso.gob.pe https://www.facebook.com/CongresoPeru https://twitter.com/congresoperu
SUTEP	https://sutep.org/ https://www.facebook.com/Sutep.Peru https://twitter.com/SUTEP_Peru
Asociación de Docentes Preuniversitarios	https://www.facebook.com/Asociaciondedocentespreuniversitarios/

Escépticos

Asociación Nacional de Universidades Públicas	https://anupp.edu.pe/ https://www.facebook.com/ANUPPERU
Colegio de Abogados	https://www.facebook.com/groups/1552208298405221 https://www.cal.org.pe/v1/ https://twitter.com/CALPERUOFICIAL
Colegio de Profesores del Perú	https://cppe.org.pe/ https://www.facebook.com/cppecolegiodeprofesoresdelperu/ https://twitter.com/CPPE_Oficial
Consejo Nacional de Decanos de los Colegios Profesionales del Perú	https://cdcp.org.pe/colegios-profesionales/
Cenfotur	https://www.cenfotur.edu.pe/ https://www.facebook.com/CenfoturPeru https://twitter.com/CENFOTURPeru
Asociación de Institutos Superiores	https://asiees.pe/ https://www.linkedin.com/company/asisteperu/
Asociación de Centros Profesionales de Formación de Empleo	http://acpfe.com/ https://www.facebook.com/acpfe
Institutos de Estudios Peruanos	https://iep.org.pe/ https://www.linkedin.com/company/instituto-de-estudios-peruanos/ https://www.facebook.com/institutodeestudiosperuanos
UNMSM	https://www.facebook.com/1551UNMSM https://www.unmsm.edu.pe/
Universidad Cantuta	https://www.une.edu.pe/uneweb/ https://www.facebook.com/UNEoficialPeru/
Universidad Nacional Federico Villareal	https://www.unfv.edu.pe/ https://www.facebook.com/UNFV.EDU https://twitter.com/UNFVoficial

Aliados

MTPE	https://twitter.com/MTPE_Peru https://www.facebook.com/MTPEPERU https://www.gob.pe/mtpe
MINEDU	https://www.gob.pe/minedu https://www.facebook.com/mineduperu https://twitter.com/MineduPeru
SUNEDU	https://twitter.com/SuneduPeru https://www.sunedu.gob.pe/ https://www.facebook.com/SuneduPeru
PRODUCE	https://www.gob.pe/produce https://twitter.com/MINPRODUCCION https://www.facebook.com/minproduccion
PCM	https://www.gob.pe/pcm https://twitter.com/pcmperu https://twitter.com/pcmperu

Elaboración de contenido según la plataforma virtual

Se propone que el MNC cuenta con su propia plataforma en redes sociales. Será la herramienta para la difusión del contenido alojado en la página web.

Según ComScore, en América Latina, Facebook es la red social más utilizada de forma diaria con más del 70 %. Asimismo, cabe señalar que un gran número de personas entre los 40 y 50 años tiene mayor presencia en esta red social. Por ello, muchos de los mensajes sobre reinserción laboral y homologación de estudios académicos apuntan a este público.

De acuerdo con un estudio reciente de Datum y Netquest, Instagram es la tercera red más usada. En esta plataforma, principalmente usada por jóvenes, los temas están dirigidos a hombres y mujeres entre los 18 y 24 años que están iniciando y/o buscan una oportunidad en el mercado laboral.

La idea es presentar contenido que los ayude a potenciar sus habilidades y aptitudes. Asimismo,

informar sobre los beneficios que ofrece el MNC y mejorar la oferta educativa en el Perú.

Se incluye LinkedIn porque se trata de una red dirigida a organizaciones y profesionales, en tal sentido se amplía el alcance de la difusión mediante estas plataformas; y se dará mayor empuje a los mensajes con un enfoque más institucional.

Se considera necesario, el uso de videos explicativos sobre el funcionamiento del MNC y sobre las primeras acciones.

Para el desarrollo de la estrategia se sugiere el hashtag: **#MNCOportunidadParaTodos**

Se plantea una parrilla de contenidos (orgánico) para alimentar las redes sociales. No obstante, esta puede incrementar con la publicación de contenido generado a través de los medios de comunicación (earned media). Las redes sociales pueden ser un transmisor de la información positiva que los medios difunden sobre el MNC.

Tabla 15. Parrilla de contenidos para redes sociales

Los contenidos tendrán un enlace que llevará a la página web o sección web donde aparecerá la información del MNC.

Sem.	Día	Tema o eje	Red social	Hora	Tipo	Copy	Enlace	Referencia
Semana 01	día 01	Empleabilidad	Facebook Instagram	11:00	Gráfica	¿Crees que no puedes avanzar en tu educación y formación profesional? Si respondiste sí, entonces el MNC es para ti. #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen de jóvenes buscando trabajo- Imagen de desempleo en jóvenes.
	día 02	Empleabilidad	Facebook Instagram LinkedIn	15:00	GIF o Video	¿Crees que lo que estudiaste (o lo que quieres estudiar) no sirve para las empresas y/o organizaciones a las que postulas? Si respondiste sí, entonces el MNC es para ti. #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen de joven/ trabajador siendo rechazado en un trabajo por no cumplir con el perfil requerido.
	día 03	Oferta educativa	Facebook Instagram	11:00	Gráfica	¿Crees que existen títulos educativos que no reflejan lo que ofrecen los centros de enseñanza superior? Si respondiste sí, entonces el MNC es para ti. #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen infográfica de joven con un título en mano y rostro de decepción.

Sem.	Día	Tema o eje	Red social	Hora	Tipo	Copy	Enlace	Referencia
Semana 01	día 04	Institucional / Organizacional	Facebook Instagram	15:00	Gráfica	El Perú ya cuenta con una herramienta que generará oportunidades para todos. Marco Nacional de Cualificaciones ingresa a www... #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen de varios jóvenes/trabajadores realizando diversos oficios o poniendo en práctica habilidades blandas.
	día 05	Oferta educativa	Facebook Instagram	11:00	Vídeo	¿Piensas que las instituciones no reconocen tus títulos o certificaciones del extranjero? Si respondiste sí, entonces el MNC es para ti. #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen o video de joven en una oficina del Estado en el que se ve que le deniegan el reconocimiento de su diploma.
	día 06	Utilitario	Facebook Linkedin	15:00	Gráfica	5 tips para elaborar un Currículo Vitae atractivo y poderoso.	Sí	Imagen ilustrativa con 5 tips que ayuden al usuario a mejorar su CV. Por ejemplo, coloca una imagen en buena resolución, elabora una breve descripción sobre tu experiencia laboral, etc.
	día 07	Efemérides	Facebook Linkedin Instagram	11:00	Gráfica	1 de abril "Día Mundial de la Educación". #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen. Saludo conmemorando esta fecha festiva.
Semana 02	día 08	Institucional / Organizacional	Facebook Linkedin	15:00	Gráfica	El #MNC busca promover la empleabilidad de todos los peruanos Conoce más en: www... #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen alusiva a jóvenes que representen la diversidad en el Perú.
	día 09	Oferta educativa	Facebook Linkedin	11:00	Gráfica	¿Imaginas poder acreditar todo lo que aprendiste a lo largo de tu vida? Esta es tu oportunidad. Conoce más en: www... #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen de persona de 40 años profesional técnico u oficio mostrando actitud positiva.
	día 10	Institucional / Organizacional	Facebook Instagram LinkedIn	15:00	Gráfica	¿Sabes cómo funciona el MNC? Aquí está la explicación. Para más información ingresa a: www... #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen infográfica (didáctica) de los ocho niveles de calificación en los que se considera diversos tipos de conocimientos y/o aprendizajes.

Sem.	Día	Tema o eje	Red social	Hora	Tipo	Copy	Enlace	Referencia
Semana 02	día 11	Institucional / Organizacional	Facebook Instagram LinkedIn	11:00	Gráfica	Sabías que existen 8 niveles para reconocer y certificar tus conocimientos y aprendizajes. Para más información ingresa a: www... #MNCOpportunidadParaTodos	Sí	Imagen infográfica explicando brevemente las tres dimensiones: conocimientos, habilidades y aplicación.
	día 12	Institucional / Organizacional	Facebook Instagram LinkedIn	15:00	Gráfica	#MNC organiza por niveles y reconoce todo lo aprendido profesional y no profesional. Abarca desde lo más básico a lo de mayor complejidad. Para más información ingresa a: www... #MNCOpportunidadParaTodos	Sí	Imagen o gráfico que señale de forma didáctica los cuatro mecanismos de cualificación.
	día 13	Utilitario	Facebook LinkedIn	11:00	Vídeo	¿Sabes qué son las habilidades blandas? En el siguiente vídeo se explica qué son y para qué sirven #MNCOpportunidadParaTodos	Sí	Vídeo animado que explique de manera didáctica la importancia de potenciar las habilidades blandas.
	día 14	Efemérides	Facebook Instagram LinkedIn	15:00	Gráfica	Segundo domingo de abril "Día del Niño Peruano". #MNCOpportunidadParaTodos	Sí	Imagen. Saludo conmemorando esta fecha. Destacar la importancia de promover los derechos y bienestar de los niños con el fin de ser parte importante en la formación profesional.
Semana 03	día 15	Institucional / Organizacional	Facebook Instagram LinkedIn	11:00	Vídeo	¿Por qué debería interesarme en el MNC? Mira el siguiente vídeo y entérate sobre esta importante iniciativa. Ingresa a: www... #MNCOpportunidadParaTodos	Sí	Vídeo animado o slide bar. Locución en OFF. "El MNC busca reducir las actuales brechas de desigualdad...Por ello..."
	día 16	Oferta educativa	Facebook Instagram	15:00	Gráfica	5 razones por las que el #MNC debe ser implementado en el Perú. #MNCOpportunidadParaTodos	Sí	Secuencia de imágenes (carrusel) que ilustre cada una de las razones.

Sem.	Día	Tema o eje	Red social	Hora	Tipo	Copy	Enlace	Referencia
Semana 03	día 17	Empleabilidad	Facebook Instagram Linkedin	11:00	Gráfica	¿Cómo el #MNC puede beneficiar a mí y a mi familia? Son muchas las ventajas que genera su implementación. #MNCOportunidadparatodos	Sí	Secuencia de imágenes que identifique cada uno de los públicos (estudiantes, institución educativa, empresa, trabajador) y a manera de bullets las principales ventajas.
	día 18	Institucional / Organizacional	Facebook Instagram	15:00	Vídeo	Con el #MNC podrás certificar todo lo aprendido de manera informal. Mira el siguiente vídeo para saber cómo lograrlo #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Secuencia animada con textos e imágenes isométricas.
	día 19	Institucional / Organizacional	Facebook Linkedin	11:00	Gráfica	¿De dónde nace este interés de aplicar el MNC en el Perú? Este modelo se viene replicando de manera exitosa en otros países. Mira la siguiente infografía: #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Secuencia de imágenes. Colocar de manera didáctica los mapas de los países y sus principales logros (cifras).
	día 20	Utilitario	Facebook Linkedin	15:00	Gráfica	Conoce las 5 características que todo líder debe tener. #MNCOportunidadParaTodos	Sí	Imagen con cinco puntos que definen la personalidad de un líder.
	día 21	Empleabilidad	Facebook Linkedin	11:00	Gráfica	¿Tienes más de 40 años, experiencia laboral pero no y no sabes cómo demostrar tu experiencia laboral? El #MNC reconoce tus habilidades y homologa tus aptitudes. #MNCOportunidadParaTodos	Sí	
Semana 04	día 22	Institucional / Organizacional	Facebook Linkedin	15:00	Gráfica	El Marco de Cualificaciones tiene la ventaja de ayudar al logro de objetivos de Planes Nacionales en el país (como Plan Estratégico de Desarrollo Nacional del Perú al 2021, Visión Perú 2050, y la Política Nacional de Competitividad 2019-2030. Conoce más en: www...	Sí	Imagen referencial de cara al Bicentenario2021que transmita desarrollo, producción, crecimiento.
	día 23	Institucional / Organizacional	Facebook Linkedin	11:00	Gráfica o Vídeo	Saluda a las diversas asociaciones y gremios que contribuyen a la implementación del Marco Nacional de Cualificaciones. Conoce más en: www (indicar dirección web a usar)	Sí	Anuncios con videos/ Anuncios por secuencia con logo de las entidades públicas y privadas que han participado.

Sem.	Día	Tema o eje	Red social	Hora	Tipo	Copy	Enlace	Referencia
Semana 04	día 24	Institucional / Organizacional	Facebook Instagram Linkedin	15:00	Vídeo	¿Cuáles son los siguientes pasos para avanzar con el MNC y qué se necesita para su implementación? Entérate en este vídeo >	Sí	Vídeo inicia con imagen de persona planteando una pregunta, o cuestionándose algo. Luego se explicarán cada una de las etapas cronológicamente.
	día 25	Institucional / Organizacional	Facebook Linkedin	11:00	Nota de prensa o gráfica	¿Quién se encargará de implementar el MNC en Perú y cuáles serán sus funciones?	Sí	Se replicará la publicación de prensa o se elaborará una gráfica simple determinando las funciones del Organismo Técnico Especializado.
	día 26	Empleabilidad	Facebook Linkedin	15:00	Gráfica o Vídeo	¿Cómo ayudará el MNC en la reactivación económica del país? Mira los principales sectores que se favorecerán con la implementación de este mecanismo.	Sí	<p>Opción 1: Documento en PDF, ilustrado con imágenes por sectores y cifras referenciales teniendo en cuenta el impacto positivo en otros países de la región.</p> <p>Opción 2: Se puede plantear la posibilidad de realizar un vídeo testimonial desde el enfoque del trabajador y/o microempresario.</p> <p>Principalmente tocar el punto de la recolocación profesional el impacto económico.</p>
	día 27	Empleabilidad	Facebook Linkedin	11:00	Gráfica	El último informe elaborado por INEI determinó que el panorama del desempleo y PEA va en aumento. El MNC apunta a reducir drásticamente estos niveles.	Sí	Gráfica estadística que refleje los niveles de desempleo y población económicamente activa.
	día 28	Utilitario	Facebook Instagram	15:00	Gráfica	5 pasos que debo seguir para encontrar mi primer trabajo. #MNCOpportunidadParaTodos	Sí	Imagen animada con información de cómo debe iniciar la búsqueda de un trabajo formal.

Sem.	Día	Tema o eje	Red social	Hora	Tipo	Copy	Enlace	Referencia
Semana 05	día 29	Empleabilidad	Facebook Linkedin	11:00	Vídeo	Tengo un título de un instituto y/o universidad que ya no existe, ¿Puedo acreditar o homologar mis conocimientos? Aquí esta la explicación. >	Sí	Vídeo animado y didáctico. Se expondrá de forma sencilla el caso y el procedimiento para la acreditación. Asimismo, se invitará a visitar la página o landing.
	día 30	Utilitario	Facebook Instagram Facebook	15:00	Gráfica	¿Cómo saber si la oferta de empleo es falsa? Aquí esta la explicación. #MNCOpportunidadParaTodos	Sí	Imagen ilustrativa de joven desconcertado. Las recomendaciones serán cortas y en forma de bullets.

Cronograma de trabajo

La parrilla de contenidos desarrollados en el punto anterior incluye la programación de fechas en el periodo de un mes.

ANEXOS

Este es el material a emplear en el trabajo de comunicación. Estos son modelos que pueden ser usados o adaptados de acuerdo con el criterio del PMESUT.

ANEXO 1

Guía de entrevistas

Empleada en la fase de investigación

ANEXO 2

Consolidado de preguntas y respuestas

Empleado en la fase de investigación

ANEXO 3

Modelo de Nota de Prensa

A emplearse en el lanzamiento del MNC

ANEXO 4

Modelo de artículo de opinión

A emplearse durante la etapa de seguimiento

ANEXO 1

GUÍA DE ENTREVISTAS

Guía de entrevista para empresas/empleadores

El Marco Nacional de Cualificaciones (MNC) abarca distintas temáticas relacionadas a la educación superior y la demanda laboral. Por eso es necesario recoger información sobre ellas para elegir la forma adecuada de comunicación con los distintos actores. Si bien es cierto, no es que siempre se les va a mencionar a todas, es importante considerarlas para el desarrollo del posicionamiento. El posicionamiento no puede desarrollarse sin tomar en cuenta el nivel de conocimiento sobre las diversas temáticas que abarca el MNC porque se podría caer en mensajes vacíos y/o falsas promesas.

1. Objetivos de la presente investigación

Recoger y analizar el nivel de conocimiento y opiniones sobre las diversas temáticas que abarca el MNC, así como del concepto educación para el desarrollo de los mensajes y del posicionamiento del MNC.

2. Guía de preguntas

2.1. Sobre lo formativo–laboral

Objetivo y justificación: Recoger las opiniones de las empresas sobre la relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral para analizar la percepción sobre la actual situación del tema e identificar la mejor forma de comunicar la temática en el discurso y mensajes del MNC para con las empresas. Si bien algunas empresas ya tienen conocimiento sobre la implementación del MNC, también se está buscando obtener información de empresas que no tienen mayor conocimiento del mismo.

Asimismo, también se les pregunta sobre las barreras que encuentran entre la alineación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral ya que las respuestas ayudarán a la construcción de los mensajes y así evitar el riesgo que los mensajes del MNC sean mal entendidos y genera la percepción errónea sin considerar los actuales problemas entre ambos.

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral?
2. ¿Qué barreras cree que existen para una mejor articulación entre ambos? ¿De dónde cree que provienen?

2.2. Sobre las competencias y certificación

Objetivo y justificación: Recoger información sobre el nivel de conocimiento de los procesos de certificación de competencias laborales y sobre el valor que se les da a las instituciones educativas de procedencia para la selección de personal. Todo ello con el objetivo de identificar cómo dirigirnos hacia las empresas en referencia a estas temáticas que es uno de los temas principales del MNC.

1. ¿Sabía que existen formas de certificar aprendizajes en el país? ¿De ser así, confía en esas certificaciones? En el caso que confíe en ellas ¿las usa como un factor determinante para las contrataciones? En el caso que no confíe en ellas ¿por qué?
2. ¿En su institución cuánto peso les dan a las instituciones educativas de procedencia?
3. En su institución, ¿qué prioridad le asignan ustedes al enfoque de competencias en la selección de personal?

2.3. Sobre los aprendizajes previos

Objetivo y justificación: Recoger las opiniones sobre los aprendizajes y/ conocimientos aprendidos a lo largo de la vida para considerarlas y evaluar la mejor forma de comunicar esta temática en el desarrollo del posicionamiento, ya que es una de los objetivos del MNC.

1. En su institución, ¿evalúan o consideran aprendizajes y/o conocimientos de los que los trabajadores hayan obtenido de modo no formal en la selección de personal?
2. ¿Qué opinión tiene sobre esos aprendizajes? ¿Cuánto valor cree que tiene?
3. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

2.4. Sobre su relación con el Ministerio de Educación

Objetivo y justificación: Recoger y analizar las opiniones sobre el trabajo con el Ministerio de Educación, ya que esta institución sería la encargada de coordinar inicialmente la implementación del MNC. Es de vital importancia conocer sus opiniones para identificar la mejor forma de comunicación que el Ministerio de Educación empleará con las empresas y también para el desarrollo de los mensajes y del posicionamiento en sí.

1. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez en relación a aspectos formativos laborales? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

2.5. Sobre el concepto educación

Objetivo y justificación: Recoger y analizar las opiniones y/o sinónimos de la palabra educación para considerarlas en el desarrollo de posicionamiento, debido a que las principales temáticas del MNC claramente se relacionan con este concepto.

1. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?
2. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?
3. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Guía de entrevista para universidades e institutos

El Marco Nacional de Cualificaciones (MNC) abarca distintas temáticas relacionadas a la educación superior y la demanda laboral. Por eso es necesario recoger información sobre ellas para elegir la forma adecuada de comunicación con los distintos actores. Si bien es cierto, no es que siempre se les va a mencionar a todas, es importante considerarlas para el desarrollo del posicionamiento. El posicionamiento no puede desarrollarse sin tomar en cuenta el nivel de conocimiento sobre las diversas temáticas que abarca el MNC porque se podría caer en mensajes vacíos y/o falsas promesas.

1. Objetivos de la presente investigación

Recoger y analizar el nivel de conocimiento y opiniones sobre las diversas temáticas que abarca el MNC, así como del concepto educación para el desarrollo de los mensajes y del posicionamiento del MNC.

2. Guía de preguntas

2.1. Sobre lo formativo–laboral

Objetivo y justificación: Recoger las opiniones de las universidades e institutos sobre la relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral para analizar la percepción sobre la actual situación del tema e identificar la mejor forma de comunicar la temática en el discurso y mensajes del MNC para con ellos. Cabe mencionar que, si bien algunas universidades e institutos ya tienen conocimiento sobre la implementación del MNC, también se está buscando obtener información de instituciones educativas que no tienen mayor conocimiento del mismo.

Asimismo, también se les pregunta sobre las barreras que encuentran entre la alineación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral ya que las respuestas ayudarán a para la construcción de los mensajes y así evitar el riesgo que los mensajes del MNC sean mal entendidos y genera la percepción errónea que no considera los actuales problemas entre ambos.

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta formativa superior y la demanda laboral?
2. ¿Qué barreras cree que existen?

2.2. Sobre las competencias y certificación

Objetivo y justificación: Recoger información sobre el nivel de conocimiento sobre las competencias laborales, así como las opiniones sobre el peso de los títulos en la selección de personal de las empresas, para identificar cómo dirigimos hacia las universidades e institutos en referencia a estas temáticas que es uno de los temas principales del MNC

1. ¿Qué competencias son priorizadas en su institución en la oferta educativa? ¿Cree que son las mismas que necesita el mercado laboral?
2. ¿Cuánto peso cree que tiene la institución de estudios en la selección de los trabajadores para las empresas?

2.3. Sobre los aprendizajes previos

Objetivo y justificación: Recoger las opiniones sobre los aprendizajes y/ conocimientos aprendidos a lo largo de la vida para considerarlas y evaluar la mejor forma de comunicar esta temática en el desarrollo del posicionamiento, ya que es una de los objetivos del MNC.

1. ¿Qué valor les da a los aprendizajes y/o conocimientos obtenidos a lo largo de la vida a través de la educación no formal?
2. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

2.4. Sobre su relación con MINEDU

Objetivo y justificación: Recoger y analizar las opiniones sobre el trabajo con el Ministerio de Educación, ya que esta institución sería la encargada de coordinar inicialmente su implementación. Es de vital importancia conocer sus opiniones para identificar la mejor forma de comunicación que el Ministerio de Educación tendrá para con las universidades e institutos y también para el desarrollo de los mensajes y del posicionamiento en sí.

1. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

2.5. Sobre el concepto educación

Objetivo y justificación: Recoger y analizar las opiniones y/o sinónimos de la palabra educación para considerarlas en el desarrollo de posicionamiento, debido a que las temáticas del MNC claramente se relacionan con este concepto.

1. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?
2. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?
3. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Guía de entrevista para universidades e institutos

El Marco Nacional de Cualificaciones (MNC) abarca distintas temáticas relacionadas a la educación superior y la demanda laboral. Por eso es necesario recoger información sobre ellas para elegir la forma adecuada de comunicación con los distintos actores, es importante considerarlas para el desarrollo del posicionamiento. El posicionamiento no puede desarrollarse sin tomar en cuenta el nivel de conocimiento sobre las diversas temáticas que abarca el MNC porque se podría caer en mensajes vacíos y/o falsas promesas.

1. Objetivos de la presente investigación

Recoger y analizar el nivel de conocimiento y opiniones sobre las diversas temáticas que abarca el MNC, así como del concepto educación para el desarrollo de los mensajes y del posicionamiento del MNC.

2. Guía de preguntas

2.1. Sobre lo formativo-laboral

Objetivo y justificación: Recoger las opiniones de las universidades e institutos sobre la relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral para analizar la percepción sobre la actual situación del tema e identificar la mejor forma de comunicar la temática en el discurso y mensajes del MNC para con ellos. Si bien algunas universidades e institutos ya tienen conocimiento sobre la implementación del MNC, también se está buscando obtener información de instituciones educativas que no tienen mayor conocimiento del mismo.

Asimismo, también se les pregunta sobre las barreras que encuentran entre la alineación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral ya que las respuestas nos ayudarán a para la construcción de los mensajes y así evitar el riesgo que los mensajes del MNC sean mal entendidos y genera la percepción errónea que no considera los actuales problemas entre ambos.

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta formativa superior y la demanda laboral?
2. ¿Qué barreras cree que existen?

2.2. Sobre las competencias y certificación

Objetivo y justificación: Recoger información sobre el nivel de conocimiento sobre las competencias laborales, así como las opiniones sobre el peso de los títulos en la selección de personal de las empresas, para identificar cómo dirigirnos hacia las universidades e institutos en referencia a estas temáticas que es uno de los temas principales del MNC

1. ¿Qué competencias son priorizadas en su institución en la oferta educativa? ¿Cree usted que son las mismas que necesita el mercado laboral?
2. ¿Cuánto peso cree que tiene la institución de estudios en la selección de los trabajadores para las empresas?

2.3. Sobre los aprendizajes previos

Objetivo y justificación: Recoger las opiniones sobre los aprendizajes y/o conocimientos aprendidos a lo largo de la vida para considerarlas y evaluar la mejor forma de comunicar esta temática en el desarrollo del posicionamiento, ya que es una de los objetivos del MNC.

1. ¿Qué valor les da a los aprendizajes y/o conocimientos obtenidos a lo largo de la vida a través de la educación no formal?
2. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

2.4. Sobre su relación con MINEDU

Objetivo y justificación: Recoger y analizar las opiniones sobre el trabajo con el Ministerio de Educación, ya que esta institución sería la encargada de coordinar inicialmente su implementación. Es de vital importancia conocer sus opiniones para identificar la mejor forma de comunicación que el Ministerio de Educación tendrá para con las universidades e institutos y también para el desarrollo de los mensajes y del posicionamiento en sí.

1. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

2.5. Sobre el concepto educación

Objetivo y justificación: Recoger y analizar las opiniones y/o sinónimos de la palabra educación para considerarlas en el desarrollo de posicionamiento, debido a que las temáticas del MNC claramente se relacionan con este concepto.

1. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?
2. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?
3. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

ANEXO 2

CONSOLIDADO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Entrevista IEST 1

Sobre lo formativo-laboral

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta formativa superior y la demanda laboral?

En mi experiencia con los institutos superiores, puedo decir que sí hay una relación directa. Un buen número de los egresados sí logra ubicarse en el mercado laboral de acuerdo con lo cual fue capacitado.

2. ¿Qué barreras cree que existen?

De haber algún problema, las instituciones públicas brindamos niveles de capacitación y de preparación en términos genéricos. Sin embargo, deberíamos estar atentos a las necesidades del mercado para poder ofertar la mano de obra que requieren.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Qué competencias son priorizadas en su institución en la oferta educativa?
¿Cree usted que son las mismas que necesita el mercado laboral?

Como institución educativa, nuestra especialidad con las competencias tecnológicas, las cuales ofrecemos a nuestros alumnos. Sin embargo, también consideramos importante el desarrollo de habilidades blandas tales como la puntualidad, la honestidad, los valores en general, que son necesarios también en la formación de profesionales.

4. ¿Cuánto peso cree que tiene la institución de estudios en la selección de los trabajadores para las empresas?

Tienen muchísimo peso el nombre y la procedencia, eso sí. Sin embargo, también depende mucho del esfuerzo del egresado para demostrar sus habilidades y conocimientos. Es por ese camino que estamos trabajando los institutos tecnológicos, para ganarnos un lugar.

5. ¿Qué valor les da a los aprendizajes y/o conocimientos obtenidos a lo largo de la vida a través de la educación no formal?

En los jóvenes es muy importante, y en nuestro caso, muchos vienen ya con experiencias previas. Usualmente quienes escogen una carrera técnica es porque ya han tenido una experiencia previa en ese ámbito, ya sea por familiares o entorno, y lo que quieren es fortalecer ese conocimiento y profundizarlo para que su ingreso sea mayor. Incluso, muchos vienen de colegios técnicos, con mayor experiencia.

Sobre los aprendizajes previos

6. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

Deberíamos tenerlo. Y es importante captar a aquellos jóvenes que ya tienen conocimientos previos, ya que es más fácil trabajarlos y profundizar en su conocimiento.

Sobre su relación con MINEDU

7. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

Como institución, hasta ahora hemos tenido una relación cercana, que incluso nos ha permitido mejorar parte de nuestra infraestructura. También tenemos vínculo con la Dirección Regional.

Sobre el concepto educación

8. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

Es un instrumento muy importante en la vida de todos, siendo básica y necesaria.

9. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

Como educador, es uno de los parámetros por el cual se busca demostrar las habilidades.

10. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Es el marco en el cual tenemos toda la oferta educativa.

Entrevista IEST 2

Sobre lo formativo – laboral

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta formativa superior y la demanda laboral?

Que no está articulada, siendo algo que se tiene que impulsar a nivel de institutos. Es importante tener en cuenta la dinámica del sector productivo, conociendo para qué se forma a un profesional en un área específica y qué requiere el mercado de él.

2. ¿Qué barreras cree que existen?

La falta de conocimiento y de diálogo entre la oferta y demanda. Y es que no es solo importante saber qué necesita el sector productivo, sino saber qué hacer con esa información. También falta especialización en diversos rubros. Adicionalmente, algo que impide la innovación es la falta de flexibilización por parte del MINEDU, pues las normativas que manejan no permiten hacer cambios en base a adaptaciones de mercado.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Qué competencias son priorizadas en su institución en la oferta educativa? ¿Cree usted que son las mismas que necesita el mercado laboral?

Nosotros somos instituciones de carreras agrarias en la que se buscan competencias técnicas y blandas. Es muy importante tener una persona con valores, pero también es importante detectar las dificultades de un estudiante para ir mejorando, y que él o ella puedan lograr ser profesionales de calidad. Ambas competencias van de la mano. Es importante porque la empresa puede enseñarle la parte técnica, pero va de las instituciones también formarle en la parte de valores.

4. ¿Cuánto peso cree que tiene la institución de estudios en la selección de los trabajadores para las empresas?

Muchísimo. Debido a que nuestra institución ha demostrado tener profesionales de calidad con conocimiento práctico en proyectos productivos y microempresas agrícolas o pecuarias, hemos logrado tener una empleabilidad de más de 99%.

Sobre los aprendizajes previos

5. ¿Qué valor les da a los aprendizajes y/o conocimientos obtenidos a lo largo de la vida a través de la educación no formal?

Tiene mucho valor. Nuestra experiencia nos ha enseñado que hay varias personas que están en el mundo laboral sin educación formal, porque la experiencia les ha dado el conocimiento. Algunos nos hemos certificado como Certificadores de Competencias, pero no hubo una coalición entre el Ministerio de Trabajo y el Ministerio de Educación, por tal razón, el proyecto no se concretó, pero debería. La experiencia es la que vale, porque la teoría es un complemento.

6. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

Sería favorable. Todas las personas tienen la posibilidad y el deseo de seguir una carrera. A veces el sistema no se lo permite. Con nuestra metodología dual nos hemos adaptado a los jóvenes que ya trabajan.

Sobre su relación con MINEDU

7. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

Nosotros tenemos buena relación el MINEDU, bastante cercana, al ser bastante diferentes a otros institutos. Somos una institución pública de gestión privada. Aún hay muchos cambios que hacer en el sistema educativo, valorando nuevos sectores, articular la educación básica como CETPROS, el uso de internados para personas con bajos recursos, debemos recoger esas experiencias y utilizarlas para mejorar.

Sobre el concepto educación

8. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto educación?

Mejora de calidad de vida.

9. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra competencias?

Suma de capacidades y habilidades y aptitudes.

10. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Que puedan recoger diferentes modalidades. Primer evaluar el sistema de formación técnica y luego unirse trabajo y educación.

Entrevista Universidad 1

Sobre lo formativo-laboral

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta formativa superior y la demanda laboral?

Que no está al 100 %. Tenemos mucha oferta académica que se vuelve muy tradicional y que no necesariamente está siguiendo las tendencias y necesidades del país en los próximos años. Todavía tendemos a ofrecer carreras muy generalistas, mientras que en el mundo piden mucha especialización. Además, la carrera universitaria o técnica debe obedecer a las demandas del país, y también a lo que va a necesitar el mundo.

2. ¿Qué barreras cree que existen?

Hay excepciones que sí están manejando adecuadamente la relación entre la oferta formativa y la demanda laboral, con las demandas que se requieren en el país y el mundo. El problema es que hay pocas instituciones que buscan esta sinergia, que investigan qué se requiere. Ahora MINEDU, en el caso de los licenciamientos de carreras, solicitan toda la información de prospectiva y planeamiento adecuado a las necesidades país. Además, hay algunas instituciones que prefieren quedarse en su zona de confort y enseñar u ofrecer siempre lo mismo, y de la misma manera.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Cuánto peso cree que tiene la institución de estudios en la selección de los trabajadores para las empresas?

En nuestro país hay cosas que están cambiando los últimos años. En los 90 la oferta de formación profesional era bastante reducida; mientras que ahora hay una amplitud de posibilidades tanto en instituciones técnicas como universitarias, por lo tanto, años anteriores era mucho más predecible, en algunos tipos de empresas, buscar profesionales de algunas universidades porque el perfil que se formaban, es decir las competencias y skills, se habrían demostrado en el campo que eran buenos. El día de hoy, al haber mayores ofertas de calidad de formación, va cambiando poco a poco. Ahora no solo las instituciones están solicitando de un tipo de instituciones, sino que cada vez son más permeables a recibir profesionales de cualquier tipo de institución, siempre y cuando esta sea seria y avalada.

4. ¿Qué competencias están priorizando en su oferta educativa?

En competencias blandas, todo lo que es valores, todo lo que es investigación, pensamiento crítico y ética. Además, tenemos el liderazgo, el pensamiento digital, el pensamiento social, el poder ponerse en la

perspectiva del momento en el que estamos y de la dimensión individual y grupal. Nosotros nos preocupamos por este desarrollo porque tiene que ser una persona que esté conectado a su realidad, por eso desarrollamos la inteligencia social.

Sobre los aprendizajes previos

5. ¿Qué valor les da a los aprendizajes y/o conocimientos obtenidos a lo largo de la vida a través de la educación no formal?

Los oficios son la base de muchas profesiones. Incluso muchos son conocimientos ancestrales. Estos conocimientos no están mal, pero se necesita mayor profesionalización de estos para lograr crecer. Siempre es bueno la profesionalización del saber, sobre todo en un mundo donde los conocimientos son cada vez más necesarios.

6. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

Sería interesante. Si se va a dar una certificación, tiene que estar a la par con la correspondiente inclusión dentro del mercado laboral. Para eso debería tener un grado de representatividad según lo que ahora el mercado señala.

Sobre su relación con MINEDU

7. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

No puede contestar esa pregunta.

Sobre el concepto educación

8. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto educación?

Trascendencia.

9. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra competencias?

Hacer.

10. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Un enredo. Las cosas deben ser un tanto más fácil, es decir poner menos barreras en la profesionalización de las personas.

Entrevista Instituto Privado 1

Sobre lo formativo – laboral

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta formativa superior y la demanda laboral?

Que no se hace lo ideal. En nuestro país existe un instituto como el CEPLAN (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico) que en teoría debería tener la información sobre las posibilidades de crecimiento y perspectivas de desarrollo, incluyendo los tipos de profesionales, técnicos y trabajadores en general puede requerir cada región en el país; sin embargo, nada de esto se ha venido realizando.

No existe ninguna relación efectiva entre la cantidad de profesionales que necesitamos y entre lo que la necesita el mercado, mucho menos por regiones. Se permite que cada institución académica realice su estudio de mercado y defina las carreras a ofertar, pero no se le permite innovar según la demanda porque instituciones como el MINEDU y la SUNEDU no te permiten hacer cambios y solo te permiten limitar la oferta entre las carreras, haciendo que todas ofrezcan lo mismo.

Yo creo primero que debemos creen en las investigaciones del CEPLAN, luego debemos analizar si las regiones han hecho estudios sobre las necesidades de crecimiento local, y luego comenzar a mirar al futuro, las tendencias, y dejar posibilidad de que las instituciones educativas innoven con sus carreras dependiendo de la demanda del mercado laboral.

2. ¿Qué barreras cree que existen?

La primera barrera y principal barrera es la burocracia. Esto porque tenemos un reglamento en la mano que te impide mirar más allá y que la carrera debe tener un curso X, y si no lo tienes no puedes avanzar, impidiendo la variedad.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Qué opina de la formación por competencias?

Que por necesidad y sentido común se deben aplicar las competencias. Los alumnos deben tener las competencias adecuadas para competir en el mercado. Muchos tienen la ventaja de tener un prestigio institucional que los ayuda, pero eso es prejuicioso. Si bien se ha ganado una imagen, hay que sostenerlo, y eso se logra por tener calidad en la educación, personal capacitado, hacer una enseñanza por competencias y que la gente lo pueda poner en práctica cuando sale al mercado.

4. ¿Cuánto peso cree que tiene la institución de estudios en la selección de los trabajadores para las empresas?

Es prejuicioso, pero se mantiene. Si vienes de una universidad privada rankeada, tienes mayores oportunidades, a comparación de una persona que viene de una universidad nacional que no está rankeada, siempre van a entrar en segunda instancia.

Sin embargo, una vez que ya estás en el mercado laboral, deja de importar la universidad de la que vienes, sino los créditos que obtienes en tu centro laboral

Sobre los aprendizajes previos

5. ¿Qué valor les da a los aprendizajes y/o conocimientos obtenidos a lo largo de la vida a través de la educación no formal?

Eso tiene un caso particular. Si heredas un viñedo, nunca en tu vida pisaste una universidad, pero sabes cómo funciona un viñedo, reconocer cepas, o uso de fertilizantes o todo lo relacionado, y conoces bien y te atreves a innovar, quién no va a valorar eso. Pero en el mercado profesional, donde juegan los cartones, eso no entra en juego.

En el ámbito empresarial funciona bien, pero en el campo de las profesiones donde el reconocimiento es a través de los títulos, se demandan papeles.

Deberíamos valorar la experiencia de trabajo como parte del proceso de aprendizaje. En algo hemos avanzado, pero nos falta mucho todavía.

6. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

Este sistema ya existe en las instituciones educativas de educación superior, donde se reconoce la experiencia laboral, y se le otorga un valor y acredite. Que podría mejorar el sistema o mayor reconocimiento, eso es lo ideal.

Sobre su relación con MINEDU

7. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

Sí. Ahora el MINEDU está enfocado en cómo sobrevivir este año y cómo hacer que los estudiantes de la educación básica logren completar los estudios que están llevando vía virtual.

En el caso de la educación superior, al MINEDU le toca una mirada proactiva y menos regulatoria. Promover que las instituciones se renueven y apoyar esa acción. Hay que flexibilizar un poco los criterios. Nos hemos vuelto extremadamente burocráticos buscando cumplir la ley, pero esa lista debe mejorar y adaptarse a las estaciones.

Sobre el concepto educación

8. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

Innovación.

9. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

Nuevas competencias

10. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Eliminar el marco nacional y hablar de desarrollo regional.

Entrevista Universidad 2

Sobre lo formativo – laboral

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta formativa superior y la demanda laboral?

Que existe de todo. Así como hay déficit de algunas carreras, hay exceso de otras. Por ejemplo, en salud, faltan médicos, por otro lado, las carreras técnicas como ingeniería agrícola o ambiental. Hay universidades que por prestigio limitan su oferta, pero otras de menor prestigio que ofrecen currículas que harán que sus estudiantes trabajen sobre algo que no estudiaron.

2. ¿Qué barreras cree que existen?

Diversas, por ejemplo, las carreras de salud son caras, muy sacrificadas, largas y complicadas, y en nuestro país, con ingresos poco adecuados, por eso termina no siendo tan atractivo por la poca retribución.

Luego sobreoferta de ofertas mas sencillas como negocio, buscando rentabilidad, mayor cantidad de alumnos y cobrar poco, ya que no necesita mayor inversión de cosas, como contabilidad y administración que son fáciles de hacer. Y déficit de carreras que implican mayor inversión.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Qué competencias son priorizadas en su institución en la oferta educativa?
¿Cree usted que son las mismas que necesita el mercado laboral?

La ética, el respeto a las normas y la integridad profesional son competencias transversales que estamos inculcando en todas las carreras. Habilidades como la creatividad y el trabajo en equipo han sido siempre parte de nuestro desarrollo, principalmente porque ofrecemos carreras empresariales y en esos rubros es lo que se necesita.

4. ¿Cuánto peso cree que tiene la institución de estudios en la selección de los trabajadores para las empresas?

Al principio, bastante, sobre todo en los puestos de mejor remuneración, perfil o proyección. Sin embargo, una vez en el mundo laboral, esto ya deja de tener mayor peso y ya depende de cada uno.

Sobre los aprendizajes previos

5. ¿Qué valor les da a los aprendizajes y/o conocimientos obtenidos a lo largo de la vida a través de la educación no formal?

La formación universitaria te da herramientas y te forma como persona capacitada para obtener diversos conocimientos, pero eso también puede llegar en cualquier momento.

Si llegas a desarrollarte en un tema es porque obtuviste ese conocimiento, ya sea a través de la educación formal o no formal, y lo empezaste a trabajar; sin embargo, todo eso lo logras a través de la experiencia.

6. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

Complicada, confusa y burocrática. El conocimiento que se aprende a través de la experiencia se certifica con mi currículum, ya sea a través de mi trabajo, un curso o una capacitación brindada por la empresa para la cual laborando. Un sistema estatal en estos casos termina siendo innecesario. Además, para certificar adecuadamente deben pasar por una evaluación, la cual debe ser realizada por un experto. Tener un experto para cada tema sería difícil de lograr y sumamente grande.

Sobre su relación con MINEDU

7. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

Como universidad, tenemos una relación con MINEDU y SUNEDU; sin embargo, esta relación es poco eficiente, ya que tenemos que presentar reportes a cada institución, las cuales contienen la misma información, pero en formatos distintos, generando un doble trabajo. Lo mismo sucede con instituciones como PRONABEC. Toda esta situación es generada por la burocracia.

Sobre el concepto educación

8. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

La frase necesaria para salir del subdesarrollo.

9. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

Es lo que hace diferenciarse a las personas, haciéndolas adecuadas para algo o determinada posición.

10. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Burocracia. Complicado.

Entrevista Gremio empresarial 1

Sobre lo formativo – laboral

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral?

Hay algunos cambios en los últimos 20 años, pero actualmente se mantiene un divorcio. No existe una labor orientadora ni en los colegios ni en las universidades en temas tan elementales sobre la oferta laboral que pueda existir.

Es un negocio puro, y lo podemos observar en la eliminación de los estudios generales o en el acaparamiento de las universidades en sus centros preuniversitarios. Esto solo demuestra que hay una única preocupación por atraer gente, antes que buscar una orientación. Pareciera que están mucho más preocupados en que sus alumnos terminen rápido la carrera.

2. ¿Qué barreras cree que existen para una mejor articulación entre ambos?
¿De dónde cree que provienen?

Reconozco un cambio en los últimos 15 a 20 años en la valoración de la carrera técnica. Antes cuando terminabas el colegio solo tenías como opción ingresar a la universidad, actualmente hay una mayor y mejor valoración de la carrera técnica.

Me parece que hay muchas personas que han estudiado una carrera técnica y ahora trabajan en el sector minero probablemente ganando 4 veces más que una profesión clásica. Es muy probable que esa misma persona si hubiese estudiado ingeniería en la Universidad de Lima o en la Universidad Nacional de Ingeniería, podría haberse tomado 10 años en terminar una carrera, mientras que actualmente ya viene desarrollándose profesionalmente.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Sabía usted que existen formas de certificar aprendizajes en nuestro país? ¿De ser así, confía en esas certificaciones? En el caso que confíe

en ellas, ¿las usa como un factor determinante para las contrataciones? En el caso que no confíe en ellas ¿por qué?

Nunca he escuchado alguna forma de certificación. Como parte del consejo consultivo de la carrera de Derecho de la Universidad ESAN lo que se ha propuesto hace algunos años es que nuestros estudiantes de la carrera estudien derecho y empresa

Creo que hay un gran problema escrito en piedra; por ejemplo, en los colegios los test vocacionales me parece que deberían rediseñarse porque vienen siendo el mismos desde la época de mi abuelo, seguramente. Creo que hay un trabajo importante que hacer en el diseño de currículas y tratar de generar el interés de los chicos. Creo que varios creen que al estudiar en determinado colegio involucra estudiar determinadas carreras, también.

Actualmente los contenidos de las plataformas tradicionales están caducos; por ello, las nuevas plataformas de comunicación nos ofrecen muchas más alternativas. De repente las autoridades deberían buscar las nuevas plataformas para poder captar el interés de los chicos.

4. ¿En su institución cuánto peso les dan a las instituciones educativas de procedencia?

Para mí es determinante la institución educativa al momento de contratar.

5. En su institución, ¿qué prioridad le asignan ustedes al enfoque de competencias en la selección de personal?

No, al menos en los estudios de abogados a nivel local e internacional que me he desarrollado fue algo mucho más instintivo la selección de personal.

Sobre los aprendizajes previos

6. En su institución, ¿evalúan o consideran aprendizajes y/o conocimientos de los que los trabajadores hayan obtenido de modo no formal en la selección de personal?
7. ¿Qué opinión tiene sobre esos aprendizajes? ¿Cuánto valor cree que tiene?
8. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

Me parece fundamental. Por ejemplo, en el plano legal los practicantes ha sido un tema terrible para las asociaciones de abogados porque resultan siendo como “aves de paso”, esto merma el esfuerzo que hemos hecho los estudios activos a nivel empresarial y que nos ha permitido mantener un manual de estilo. Más tardamos en capacitar a una persona que el tiempo que se queda en nuestras instituciones; por ello, ahora buscamos que tengan experiencia y sean egresados. En ese sentido, creería que esta evaluación es muy importante.

Sobre su relación con el Ministerio de Educación

9. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez en relación a aspectos formativos laborales? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

Nunca nos hemos relacionado. El principal problema de las organizaciones públicas es que tienen un divorcio absoluto entre las dependencias que forman parte de esta. Probablemente porque hay aspectos políticos que permiten que las personas salgan y entren con relativa facilidad y que no se pueda concatenar todos los esfuerzos. Esto solo genera que se pierda tiempo. A diferencia de una organización privada no hay una misma comunión entre las distintas áreas y es muy vertical.

En el caso del Ministerio de Educación hay una serie de dependencias que ni siquiera físicamente se encuentran dentro, están descentralizados e incluso algunas que tampoco se entiende su función. Por ejemplo, la derrama magisterial me parece que siempre ha sido una incógnita.

Sobre el concepto educación

10. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

Formación.

11. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

No se me ocurre. Experiencia, habilidades.

12. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Burocracia.

Entrevista Gremio empresarial 2

Sobre lo formativo – laboral

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral?

Lo primero que deberían hacer es interactuar más de cerca las universidades con las empresas. Las universidades deberían nutrirse más, interactuar más, preguntar más, sobre todo a estas alturas del partido donde hay cosas tan cambiantes y con tanta dinámica. De esa manera, deberían poder alinearse con la oferta académica de las universidades e institutos superiores. En muchas oportunidades cuando le he preguntado a reconocidos catedráticos si están formando chicos para el siglo pasado o para los próximos 50 años, y la verdad es que ni siquiera se avergüenza.

2. ¿Qué barreras cree que existen para una mejor articulación entre ambos?
¿De dónde cree que provienen?

No todas las empresas están dispuestas a dar practicas a estudiantes y, por otro lado, percibo una arrogancia académica en las universidades que sienten que ellos saben lo que debe enseñarse. Siento que su mundo académico no está muy conectado con el concepto de las necesidades del mercado.

Tal vez si hubiese una mayor apertura de las universidades, claro que algunas lo hacen, pero no todas, para conversar entre técnicos, especialistas, gerentes, ejecutivos se podría alinear la oferta académica. Y no solamente a nivel en la dirección de las universidades entre rectores y decanos, sino también con los profesores. Porque para ellos es muy sencillo entrar en su zona de confort y repetir lo que ya dictaron semestre tras semestre.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Sabía usted que existen formas de certificar aprendizajes en nuestro país? ¿De ser así, confía en esas certificaciones? En el caso que confíe en ellas ¿las usa como un factor determinante para las contrataciones? En el caso que no confíe en ellas ¿por qué?

Hablando en el caso de oficios, conozco institutos como SENATI o CETEMIN.

4. ¿En su institución cuánto peso les dan a las instituciones educativas de procedencia?

Yo soy egresado de la Universidad Federico Villareal la cual me permitió estudiar y trabajar al mismo tiempo. En condiciones normales muy poca gente me hubiese dado acceso para demostrar si yo valía, porque tradicionalmente se busca de acuerdo al ranking de la universidad. Me he puesto en primera persona porque para mí ello fue distinto precisamente por mis orígenes, esto me permitió entender más y mejor.

Tuve el privilegio de trabajar en el Banco Minero del Perú y 40 años en Buenaventura; por ejemplo, en esta última siempre tuvimos un programa de prácticas preuniversitarias de verano para profesiones diversas que cubrían de enero a marzo. Nosotros consentimos del bajísimo nivel académico de las universidades, optamos por convertirnos en un complemento de la universidad. Empezamos a reclutar profesionales graduados que iban durante un año a realizar trabajo, iban a recibir y aprender lo que la universidad no les había dado. Aprendían de geología, minas, metalurgia, etc. Esas practican que lamentablemente no habían tenido y sin ningún compromiso de quedarse en Buenaventura. Ellos trabajaban, recibían su remuneración, su formación complementaria y les dábamos el nivel que nos hubiese aspirado que tuviesen los egresados al salir de la universidad. Al cabo de ello, era decisión de ellos si preferían quedarse o seguir su camino profesional.

5. Repregunta: ¿En el caso de los obreros y oficios también les brindaban educación y/o los formaban?

Había un plan de entrenamiento, salvo que sea una actividad no calificada. Por ejemplo, en las minas tenemos mecánicos, electricistas, perforistas que aprenden sobre manejo de explosivos o voladuras y todo ello pasa por varios aprendizajes que los adquieren en el campo o con la experiencia. Muchos de ellos empiezan como ayudantes y van creciendo con la experiencia. Hay una progresión en los aprendizajes que van adquiriendo.

En su institución, ¿qué prioridad le asignan ustedes al enfoque de competencias en la selección de personal?

A los profesionales siempre le exigimos habilidades blandas. En el caso de los obreros lidiamos con temas culturales, regionales, zonales y de costumbres. Ciertamente con el tiempo se les inculca las herramientas blandas, pero al momento del reclutamiento no.

Sobre los aprendizajes previos

6. ¿Qué opinión tiene sobre esos aprendizajes? ¿Cuánto valor cree que tiene?

Actualmente deberían seguir capacitándose porque en la actividad minera y eléctrica tienes que asimilar todas las técnicas modernas. Ahora el perfil va cambiando de acuerdo a las tecnologías actuales y que incluso llegan a evitar accidentes. Esto vienen evolucionando todo el tiempo. En ese sentido, el perfil actual es distinto al del obrero de antes.

7. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

Cuanto más básico es el trabajo menos confías en las certificaciones porque el elemento fundamental es el de la seguridad, y el jefe directo es el responsable de la seguridad de las personas a su cargo. Nadie te va dejar entrar a una mina si traes un certificado que puede ser hasta falso. Por razones de seguridad, sobre todo, porque es un tema en relación a la vida humana y además porque descalifica a las empresas que tienen accidentes.

Sobre su relación con el Ministerio de Educación

8. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez en relación a aspectos formativos laborales? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

No, el programa que realizamos en Buenaventura lo implementamos por iniciativa propia ante la falta del Ministerio de Educación.

Sobre el concepto educación

9. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

Fundamental para ver hacia adelante.

10. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

Elemental.

11. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Etéreo.

Entrevista a empresa 1

Sobre lo formativo – laboral

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral?

Indudablemente no. Por ello es que muchas veces he requerido mano de obra extranjera para puestos de cierta jerarquía o cierto nivel.

2. ¿Qué barreras cree que existen para una mejor articulación entre ambos?
¿De dónde cree que provienen?

Primero, porque la mayor parte de la educación en el Perú no es de buena calidad, no hay buenos profesores, no se ha pensado demasiado en la currícula. Y, por otro lado, no se propicia carreras en función de las necesidades. Se encuentran barbaridades como la sobrepoblación de abogados e ingenieros que ahora se dedican a dar el servicio de taxi, mientras que ahora se necesita más expertos en innovación, tecnología en ramas que vayan de acuerdo con los tiempos.

Es un círculo vicioso, probablemente en Estados Unidos puedes estudiar física nuclear y te pueden contratar, mientras que aquí solo encuentras 3 o 4 empresas, sino solo te queda migrar. Entonces probablemente, no solo es la culpa de quienes planifican las profesiones. Es el status de un país en vías de desarrollo.

3. Repregunta: Desde la experiencia de Gloria, ¿qué tantos problemas tienen para encontrar personal?

En Gloria Perú contratan muchos extranjeros. Seguramente a los dueños les gustaría contratar más peruano, pero no hay.

4. Repregunta: ¿Esto sucede en distintas áreas o en áreas específicas?

Yo creo que la parte administrativa es mucho más fácil conseguir profesionales en administración de empresas o economía, quizá en otras ramas. Lo que he podido observar es que los Rodríguez valoran mucho la experiencia, lo que pasa es que la experiencia es una parte del conocimiento. Yo creo que no solamente a través de libros o la universidad, uno aprende en la actividad y en el ejercicio, eso se valora mucho en Gloria.

Por ejemplo, en la Universidad de Lima —dónde estudie—, al menos en la facultad de Derecho, los profesores tenían que jubilarse a los 65 años, y había profesores que eran verdaderos maestros y que gozaban de espléndida salud, pero tenían que renunciar para buscar otra universidad donde trabajar por la edad. En Gloria no es así, nosotros valoramos mucho la experiencia.

Sobre las competencias y certificación

5. ¿Sabía usted que existen formas de certificar aprendizajes en nuestro país? ¿De ser así, confía en esas certificaciones? En el caso que confíe en ellas, ¿las usa como un factor determinante para las contrataciones? En el caso que no confíe en ellas, ¿por qué?

No sabía que existían. Yo creo que es cuestión de crear reputación, si comparo a dos personas con las mismas capacidades, y una de ellas cuenta con certificación es probable que sume. Pero si proviene del Estado, es muy importante que la entidad del estatal cuente con algún prestigio.

Por ejemplo, un egresado del SENATI tiene detrás suyo a la Sociedad Nacional de Industrias y al Estado también. Por ello, una persona que incluya en su currículum estudios o evaluaciones en SENATI le suma un montón porque es una institución que tiene muchos años y de la cual egresan buenos profesionales. Yo sí creo que es muy importante generar reputación o que la evaluación sea emitida por profesionales de primer nivel.

6. ¿En su institución cuánto peso les dan a las instituciones educativas de procedencia?

Yo creo que resulta importante, pero no es lo principal. Lo que nosotros más valoramos es la experiencia, que vengan de 2 a 3 empresas importantes es inmejorable.

7. Repregunta: Existiendo una reputación entre universidades ¿Puede definirse ello en Gloria?

Yo creo que más importante es la experiencia que el lugar de estudio.

8. En su institución, ¿qué prioridad le asignan ustedes al enfoque de competencias en la selección de personal?

Sin duda hay una evaluación de competencias, pero para ser honesto no sé cuánto peso tenga.

Sobre los aprendizajes previos

9. En su institución, ¿evalúan o consideran aprendizajes y/o conocimientos que los trabajadores hayan obtenido de modo no formal en la selección de personal?

Yo diría que sí. Si una persona tiene mucha experiencia desarrollando una labor que necesitamos cubrir, frente a otra que no la tiene a pesar de tener estudios. Es probable que se elija al de experiencia, dependiendo mucho del nivel del cargo. Si es un obrero, se va priorizar la experiencia; si es un mando medio o alto, yo creo que no sería concebible una persona sin estudios.

10. ¿Qué opinión tiene sobre esos aprendizajes? ¿Cuánto valor cree que tiene?

Es parte de la experiencia. Creo que, si una persona que no tiene estudio y ha realizado una labor con éxito durante 10 años, habría que considerarlos.

Hay personas que se ven obligadas a realizar una labor porque es la actividad de la familia y no lo hacen por vocación. Muchos pueden tener una experiencia de 30 años en una labor que no disfrutan.

11. ¿Qué opinión le genera un sistema que es capaz de homologar estos aprendizajes?

Yo creo que puedes convencerte de la calidad de un profesional a partir de tu propia experiencia o la experiencia de otros, todo depende de la credibilidad. Si el que entrega una certificación no tiene credibilidad es lo mismo que nada.

Sobre su relación con el Ministerio de Educación

12. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez en relación a aspectos formativos laborales? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

No estoy enterado. Seguramente sí, porque Gloria ha estado en todo. Yo personalmente si he tenido una relación con el Ministro de Educación eventualmente y con diversas carteras. A veces uno encuentra ministros bien preparados y de calidad, personas que quieren hacer un buen trabajo y que aman a su país. Y no solo ahí, también he encontrado personas de calidad en estratos más bajos.

Yo no le quito merito a algunos trabajadores, lo que es abominable es la burocracia.

El Ministerio de Educación ha pasado por una buena secuencia de ministros, a pesar de ser vapuleado con información falsa y engañosa. Creo que se han mantenido firmes a pesar de ellos y están logrando sus objetivos. Debe ser uno de los ministerios más prestigiosos.

Sobre el concepto educación

13. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

La primera que pienso es escuela pública y la necesidad que tenemos de potenciarla y mejorarla. La gran duda que tengo es de que si estamos ofreciendo un paquete idéntico para las personas que deberían tener otra clase de orientación. Por ejemplo, hijo y nietos de agricultoras que hacen aprendiendo formulas químicas. Deberíamos orientar el conocimiento hacia donde cada uno se va desarrollar, y no necesariamente solo técnica. Entiendo que hay importantes escuetas en Europa que están monitoreando la educación en base estudios previos y estadísticos, lo cual también es peligroso porque restan que algún eventual genio nunca conozca una materia.

14. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

Distintos aspectos en los que una persona es hábil.

15. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Miedo. Supongo que cualificación se refiere a las capacidades.

16. Repregunta: ¿por qué miedo?

Si los criterios corresponden a investigaciones recientes de reconocidas organizaciones, en buena hora. Pero si la base va ser algo no muy confiable, va a llevar a un cuadro de este tipo al desastre.

Da miedo sujetarse a estructuras rígidas. Entiendo que ahora en las universidades del mundo permiten que cada uno haga su propia estructura de cursos. Antes no había muchos cursos electivos.

Me da mucho miedo estructurar algo que impida que las personas desarrollen toda su capacidad.

Entrevista Gremio de trabajadores 1

Sobre lo formativo-laboral y competencias

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral?

Realmente hay una vinculación directa. Diría que hoy en día lo que más se maneja son redes e información virtual. Pienso que las personas ya no salen a buscar una oferta laboral, recién después de recibir todas las propuestas salen a buscar la que más le conviene. Creo que hemos avanzado un montón porque uno ya no es el que elige. A partir de ahí uno sale a realizar las evaluaciones que correspondan.

2. ¿Qué barreras cree que existen entre ambos?

Veo que la parte económica cuenta un montón, sobre todo en el ámbito en el que me encuentro. Los trabajadores de construcción civil muchas veces son afectados porque suelen buscar cursos económicos o gratuitos que pueda darles una certificación.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Cuánto peso cree que tienen los estudios superiores en la selección de personal de las empresas?

En una escala del 1 al 10 le doy 9. Siempre depende del tipo de actividad que uno se dedique o que se desarrolle. De todas formas, considero que una persona capacitada tiene que tener un buen soporte. Considero también que el desarrollo humano es muy importante a pesar de encontrarse en una universidad top.

Definitivamente, a mejor nivel de educación obtienes mejores calificaciones en tu currículum vitae.

Sobre los aprendizajes previos

4. ¿Qué valor considera que tienen los aprendizajes y/o conocimientos que se han aprendido a lo largo de la vida en la educación no formal?

Actualmente, cuando evalué a una persona no solo me fijo en su formación académica porque considero que los valores que se aprenden en casa son muy importantes y la parte académica la puedes ir adquiriendo en el transcurso del tiempo.

Asimismo, cuando una empresa apuesta por una persona ayuda a consolidar la formación académica que necesita uno más adelante.

5. ¿Conoce alguna forma de certificar aprendizajes y/o conocimientos que no hayan sido estudiados en la educación formal? De ser así, ¿conoce a alguien que haya sido certificado?

En nuestra empresa venimos realizando capacitaciones y certificaciones laborales. Por ejemplo, la mayoría de trabajadores de construcción civil han heredado su oficio o no tuvieron otra oportunidad de desarrollo.

Me parece que la labor más dura es la del trabajador de construcción civil porque son personas que inician una carrera laboral en algo que no tenían previsto y que llegan en muchos casos de casualidad. En ese sentido, muchos de ellos no tienen certificación alguna; por ello, nosotros nos encargamos a través de varios convenios con el Ministerio de Trabajo de certificar a los trabajadores de construcción civil. Nosotros también nos encargamos de evaluarlos con talleres y certificaciones a nombre del Ministerio de Trabajo en lectura de planos, albañilería, instalaciones eléctricas, etc. Estamos tratando de abarcar una serie de cursos que a ellos les interese certificar porque existe un registro de trabajadores en el ministerio que exige un número determinados de cursos para formar sus capacidades. Lo que estamos logrando con la certificación de competencias laborales es que el oficio de construcción civil se vea potenciado, actualmente las empresas buscan a los trabajadores certificados.

6. Repregunta: ustedes certifican en convenio con el Ministerio de Trabajo ¿pero quién realiza la evaluación?

La evaluación la realizamos en conjunto con el Ministerio de Trabajo, los capacitadores pueden ser ingenieros, arquitectos o técnicos que tienen muchos años de experiencia.

7. Repregunta: ¿tienen convenios con empresas o colegios profesionales?

Nosotros podemos recurrir al ministerio si quisiésemos una plana de los colegios de ingenieros o arquitectos.

8. Repregunta: ¿hay alguna parte que trabajen con las empresas y las ofertas de trabajo?

Nosotros independientemente no tenemos la conexión con empresas porque no es nuestro objetivo y la demanda en construcción es de 150 mil trabajadores. En ese sentido, es muy difícil manejar esa bolsa de trabajo. Quizá más adelante sea uno de los proyectos que lancemos, el de poder tener una bolsa. Sin embargo, los trabajadores tienen una fuerza que los respaldan a través de las federaciones y sindicatos para poder conseguir un puesto.

9. Repregunta: ¿Cuántos de los afiliados al CONAFOVICER tienen una certificación que los avale?

Yo diría que entre 1 % y 2 % aproximadamente, son muy pocos. Hay mucho centralismo y la demanda laboral los obliga a estar en constante movimiento entre obra y obra. Nosotros consideramos que por ello no le dan la prioridad que debería.

10. Repregunta: ¿Tú crees que los trabajadores entienden la importancia de la certificación?

Yo creo que sí, pero en el sector en el que se mueven es mucho más inmediato conseguir un puesto de trabajo que un lugar de capacitación. Pero si hemos identificado que con su esfuerzo destacan a su familia, los hijos tienen otra idea de quererse formar como profesionales.

11. Repregunta: ¿CONAFOVICER también trabaja en regiones? ¿Y la certificación es mucho menor en regiones?

Nosotros tenemos alcance a nivel nacional. Lamentablemente, la certificación es mucho menor en otras regiones, hay deserción y el centralismo es muy marcado.

Sobre su relación con MINEDU

12. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

En los convenios que hemos realizado, el Ministerio de Educación también ha tenido participación porque elaborar certificaciones por competencias no es muy fácil, porque no se encuentra en la conciencia del privado y el estado.

Inicialmente tuvimos reuniones con ellos, pero quien determina el inicio de estos cursos de certificación es el Ministerio de Trabajo. Ello porque está más orientado a un oficio que a una preparación de trabajo.

Incluso hace más de 20 años una de nuestras iniciativas fue formar la universidad de la construcción y recurrimos a una de las dependencias del Ministerio de Educación.

Nosotros hemos tenido acceso a ellos y nos parece un aliado formidable.

Sobre el concepto educación

13. ¿Qué idea se le viene a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

Oportunidad.

14. ¿Qué idea se le viene a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

Preparación.

15. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Organismo que permite llegar a lo que aspiro como profesional.

Entrevista a gremios de trabajadores 2

Sobre lo formativo – laboral y competencias

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral?

Nosotros tenemos una opinión muy clara al respecto. La educación en el país siempre ha sido mala porque el estado nunca ha invertido por la calidad de las grandes mayorías ni de las minorías. En la época de Fujimori, tenemos un punto de quiebre en el concepto de educación cuando empieza a desordenarse todo y comienzan a aparecer universidades y escuelas privadas, orientadas principalmente al mercantilismo. En ese momento, el estado no cumplió su papel como promotor de profesionales y tampoco tenía una visión a futuro en la currícula de las facultades, sobre todo en carreras para la cuarta revolución industrial. Tenemos problemas muy serios en educación, lo que ha originado que varias universidades se dediquen únicamente a sacarle plata a los sectores pobres y medios del país.

2. ¿Qué barreras cree que existen entre ambos?

Pareciese que fuese intencional porque si lo vemos del lado ideológico somos como el perro faldero de Estados Unidos dedicados un producto primario exportador.

Me parece que las universidades no están propiciando la formación de carreras, producen profesionales en lugares que no existe la demanda, pero que sí en otras partes del mundo. En otras partes del mundo tenemos profesionales peruanos que vienen desarrollándose porque es un mercado más atractivo.

No tenemos una planificación de la educación adecuada, pareciese que pudiésemos achacarlo a nuestros gobernantes, pero es deliberado.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Cuánto peso cree que tienen los estudios superiores en la selección de personal de las empresas?

El país tiene el 80 % de informalidad, y dentro de esa informalidad hay estudiantes universitarios que se quedaron a la mitad mientras que otros si la terminaron. El hecho de que estas personas no se incorporen de manera óptima al mercado laboral es porque el estado ni la industria ofrecen posibilidades. Tenemos institutos tecnológicos de buena calidad, pero sacan promociones sin tener en cuenta la capacidad laboral. Me parece que siempre la oferta sobrepasa a la demanda, y ellos son los que terminan en la informalidad.

Sobre los aprendizajes previos

4. ¿Qué valor considera que tienen los aprendizajes y/o conocimientos que se han aprendido a lo largo de la vida en la educación no formal?

La capacitación existe y las empresas capacitan. Por ejemplo, en el caso de construcción civil tiene a SENCICO que son mano de obra calificada que incorpora al mercado laboral con los mismos agravantes antes mencionados. Un trabajador de construcción civil trabaja de forma continua de 3 a 4 meses al año porque van de obra en obra. Lo que se debería hacer es programar la visión de país en vez de hacerlo solo para profesiones específicas, debemos observar que profesiones son las que se necesitan.

5. ¿Conoce alguna forma de certificar aprendizajes y/o conocimientos que no hayan sido estudiados en la educación formal? De ser así, ¿conoce a alguien que haya sido certificado?

Nosotros les enseñamos a los trabajadores sus derechos, historia, equidad de género, con una perspectiva política. No tenemos curso de capacitación porque no tenemos recursos; sin embargo, en otras partes del mundo los trabajadores tienen capacitaciones que permite que se especialicen en jardinería, gasfitería, etc.

Sobre su relación con MINEDU

6. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

No hemos tenido relación con el Ministerio de Educación. Sin embargo, no cerramos las puertas al Ministerio de Trabajo ni Educación para desarrollar algún tipo de convenio. Por ejemplo, nosotros sí tenemos un convenio con la Universidad Mayor de San Marcos para temas educativos.

Sobre el concepto educación

7. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

Incapacidad.

8. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

Precarias.

9. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

Incipiente.

Entrevista a sindicalista independiente

Sobre lo formativo – laboral y competencias

1. ¿Qué piensa sobre la actual relación entre la oferta educativa superior y la demanda laboral?

En nuestro país, esta tiene una relación de mucha desigualdad. La oferta educativa de calidad solo es accesible a sectores con una capacidad económica mayor; mientras que quienes tienen menores recursos acceden a los servicios de la educación pública la cual es deficiente. Es sumamente importante cambiar esta realidad, pues en el Perú depende mucho dónde estudies para saber si tendrás o no una buena oferta laboral y, por lo tanto, el desarrollo de tu carrera. Esta desigualdad se inicia desde los colegios, pues los que ofrecen una currícula completa y variada, que contiene incluso el aprendizaje de varios idiomas, tienen costos elevados de pensión, inaccesibles a personas de bajos recursos.

2. ¿Qué barreras cree que existen entre ambos?

Una de las principales barreras es el presupuesto que se invierte en educación pública, y es que somos de los países con el presupuesto más bajo de la región. Otra barrera es el paupérrimo sueldo de los profesores y la falta de capacitación de estos. Por último, medidas tomadas por el Estado sin previa evaluación, tales como el permiso de cambiar a los alumnos de colegios privados a públicos, se realizó este cambio pero no se tuvo en cuenta un factor importante, la cantidad de estudiantes que han desertado del colegio porque no cuentan con las herramientas necesarias para continuar sus estudios vía internet o plataformas virtuales.

Sobre las competencias y certificación

3. ¿Cuánto peso cree que tienen los estudios superiores en la selección de personal de las empresas?

Depende de muchos factores. Tal y como comenté anteriormente, depende de dónde estudies para saber el tipo y cantidad de oferta laboral que recibirás, teniendo mejores oportunidades aquellas universidades privadas a las cuales no todos pueden acceder. Además, también hay que tener en cuenta a qué se postula, pues en nuestro país para ser ministro solo basta con ser bachiller, mientras que para ser profesor universitario se necesita mínimo el grado de magister. Existen muchas leyes que se deben corregir para que sean menos injustas, pues los países que han logrado reducir esa desigualdad, han podido brindar mejores oportunidades a su población.

Sobre los aprendizajes previos

4. ¿Qué valor considera que tienen los aprendizajes y/o conocimientos que se han aprendido a lo largo de la vida en la educación no formal?

Los aprendizajes previos tienen bastante valor, aquella educación que se puede aprender en el círculo familiar. Sin embargo, quedarnos solo con ese aprendizaje, bajo esas condiciones, no es del todo bueno porque vamos a desarrollar actividades productivas de manera informal, siendo éste uno de nuestros mayores problemas como país. Debemos aprovechar la modernización de la sociedad, pues actualmente los niños se muestran más interesados en los rubros informáticos y de desarrollo virtual, y ese no es un conocimiento que todos padres puedan explicar.

5. ¿Conoce alguna forma de certificar aprendizajes y/o conocimientos que no hayan sido estudiados en la educación formal? De ser así, ¿conoce a alguien que haya sido certificado?

Tengo entendido que existen instituciones. (Según su respuesta, no tiene clara la pregunta).

Sobre su relación con MINEDU

6. ¿Se ha relacionado con MINEDU alguna vez? De ser así, ¿cuál considera que es su relación? De no ser así, ¿qué opinión le genera esta entidad?

Como profesor, de una u otra manera debo relacionarme con el MINEDU, pero mi mayor vínculo es con la UGEL, para la capacitación de docentes que realizo temporalmente. Sin embargo, ya no se recibe el apoyo de antes, siendo sumamente importante la constante capacitación de los profesores.

Sobre el concepto educación

7. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del concepto *educación*?

La educación es bastante amplia de definir porque no solo tiene que ver con la capacidad de transmitir información sino también la de formar, la parte educativa es completa. El ser humano tiene muchas habilidades, ya sean físicas, manuales, artísticas, deportistas.

8. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor de la palabra *competencias*?

Las competencias tienen que ver con las habilidades que debe alcanzar un joven y las cuales deben ser política educativa de cada centro.

9. ¿Qué ideas se le vienen a la cabeza alrededor del Marco Nacional de Cualificaciones?

No lo sé. Debe ser un tipo de instrumento desarrollado por el MINEDU, quizás sobre la capacidad de desarrollar habilidades o conocimientos.

ANEXO 3

NOTA DE PRENSA

Nota de prensa

Se aprueba el Marco Nacional de Cualificaciones del Perú (MNC), instrumento que busca reducir las brechas y desigualdades laborales en nuestro país.

- Se aprueba marco de cualificaciones que busca reconocer y certificar en el mercado laboral peruano conocimientos y aprendizajes adquiridos (formal e informalmente).
- Este marco de cualificaciones reducirá las brechas de desigualdad laboral, promoverá la empleabilidad en el país, y generará incentivos para la capacitación continua.

Febrero del 2021. El Marco de Cualificaciones del Perú (en adelante MNC) es un instrumento único que busca promover un desarrollo sostenible y competitivo, así como reducir las desigualdades en el campo laboral, a través del reconocimiento y certificación de talento humano.

Este tipo de marco de cualificaciones referenciados ya se viene implementado con éxito en otros países de la región de América Latina y el Caribe (como Chile, Colombia, Costa Rica y República Dominicana), además de Europa. Asimismo, su implementación está alineada y contribuye al logro de metas contempladas en políticas nacionales, y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 4 y 8 (promover el aprendizaje permanente, y promover el empleo pleno y productivo para todos).

El alto grado de desigualdad laboral, las brechas para el reconocimiento pleno de aprendizajes previos, la ausencia de un enfoque de formación basado en competencias, así como la baja pertinencia de programas de formación con respecto a las necesidades del sector productivo, son sólo algunas de las razones que evidencian la necesidad de implementar este instrumento educativo en nuestro país.

El MNC representa una herramienta innovadora, pues certifica habilidades y conocimientos que no son reconocidos de manera oficial por el mercado laboral actual. El marco consta de ocho niveles que incluye la validación y reconocimiento de todos aquellos aprendizajes y conocimientos que hayan sido adquiridos de forma previa, ya sea a través de educación formal, no formal e informal. Es decir, no sólo valida el conocimiento adquirido como resultado de algún tipo de formación educativa formal, sino que advierte, reconoce y certifica habilidades complementarias (tales como habilidades de comunicación, socioemocionales, o cognitivas), así como las habilidades de una persona para responder y lograr objetivos esperados en una situación determinada.

Los impactos positivos en el mercado laboral son diversos. Éstos van desde la capitalización del talento humano y los diversos saberes adquiridos en diferentes contextos, la generación de condiciones necesarias para una mayor empleabilidad, el incentivo a la capacitación laboral, hasta la ampliación de la certificación de competencias, entre otros.

Es preciso mencionar que este instrumento es el resultado de un acción conjunta y coordinada entre entidades del sector público (Ministerio de Educación–MINEDU, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo–MTPE, Ministerio de la Producción, y el Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación, y Certificación de la Calidad Educativa –SINEACE), y privado (Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas–CONFIEP, el Consejo Peruano de Competitividad–CPC). Asimismo, para su creación se contó con la asesoría del Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional (OIT/CINTERFOR).

Finalmente, se espera que la entidad encargada de la implementación del MNC sea un Organismo Técnico Especializado de alcance nacional, que goce de autonomía, y que tenga capacidad para implementar el instrumento en todos los niveles educativos y de formación, así como en todos los sectores productivos del país.

ANEXO 4

ARTÍCULO DE OPINIÓN

El Marco de Cualificaciones del Perú, una herramienta innovadora para incrementar la inserción laboral

Enero del 2021. El Marco de Cualificaciones del Perú (en adelante MNC) es un instrumento que busca poner en valor todos los conocimientos y aprendizajes obtenidos a lo largo de la vida en educación formal, no formal e informal. Esto con el fin de promover la empleabilidad, y brindar un marco más inclusivo e igualitario, que refleje las realidades del mercado laboral peruano. El MNCP, que es el resultado de un acción conjunta y coordinada entre entidades del sector público y privado, espera replicar el éxito obtenido en otros países de la región de América Latina y el Caribe, así como en países de Europa.

Esta herramienta no sólo busca reducir las brechas laborales, sino que pretende generar los incentivos necesarios para el fomento de la empleabilidad y la capacitación constante. En la actualidad existen diversos obstáculos para la plena inserción laboral de los peruanos, tales como la baja pertinencia de los programas de formación respecto a las necesidades del sector productivo, la falta de confianza en las certificaciones y aprendizajes obtenidos en distintos niveles, así como la ausencia de mecanismos oficiales y validados por distintos actores para el reconocimiento de aprendizajes previos, entre otros.

La implementación del MNC contribuye al logro de metas contempladas tanto en políticas nacionales (Plan Estratégico de Desarrollo Nacional del Perú al 2021, Visión Perú 2050, y la Política Nacional de Competitividad 2019-2030), como en compromisos internacionales tales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular los referidos al ODS 4 y 8.

Son múltiples los actores que serán beneficiados por este instrumento. En primer lugar, los estudiantes, ya que gracias a la herramienta se encontrarán en mejores condiciones para la inserción laboral. En segundo lugar, las instituciones educativas, tienen la oportunidad de alinear su oferta educativa con las necesidades de las empresas. En tercer lugar, las empresas y organizaciones se encontrarán más capacitados para orientar la búsqueda de talento humano. Finalmente, los trabajadores que serán beneficiados pues se reconoce los conocimientos y aprendizajes adquiridos durante sus experiencia laboral y educativa.

Actualmente, el MNCP se encuentra en la etapa de implementación y, para ello, se ha creado una Comisión Multisectorial que tiene como función investigar sobre estándares laborales, formativos y evaluativos. Progresivamente se aspira que la aplicación de este instrumento esté a cargo de un Organismo Técnico Especializado, el cual no sólo tenga alcance nacional, sino que goce de autonomía, así como de una partida presupuestaria determinada. Asimismo, se espera que esta nueva entidad tenga capacidad para implementar el instrumento en todos los niveles educativos y de formación, así como en todos los sectores productivos del país.

PMESUT



PERÚ

Ministerio
de Educación

Calle Del Comercio N.º 193, San Borja
Lima, Perú
Teléfono (01) 615-5800
www.gob.pe/minedu