



**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA**  
Despacho de la Ministra  
Dirección de Prensa y Relaciones Públicas

---

Sra. Yaxinia Díaz Mendoz  
Directora  
Dirección de Recursos Humanos  
Ministerio de Educación Pública

Estimada Señora.

En virtud de lo establecido en el artículo 12 de la Ley General de Control interno y en la resolución R-CO-61 / D-1-2005-CO-DFOE, procedo a remitir el informe de fin de mi gestión como Director de Prensa y Relaciones Públicas del Ministerio de Educación Pública.

Dicho puesto lo ejercí hasta el 9 de agosto de 2019.

Diego Bosque González



**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA**  
Despacho de la Ministra  
Dirección de Prensa y Relaciones Públicas

---

**Recursos disponibles y diagnóstico**

La Dirección de Prensa y Relaciones Públicas del Ministerio de Educación Pública (MEP) cuenta con cinco plazas propias más una plaza cedida (diseñadora gráfica) por la Dirección de Recursos Tecnológicos y Apoyos Educativos.

Se trata de cuatro periodistas, una publicista y una diseñadora gráfica, los cuales tienen a cargo la atención de consultas de decenas de medios de comunicación, la gestión de prensa, administración de redes sociales, publicación de contenido en la página web de la institución, redacción de comunicados de prensa, envío de circulares masivas, monitoreo de prensa, acompañamiento de voceros en entrevistas, elaboración de discursos de jefes y organización de conferencias de prensa.

La cantidad de funcionarios de la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas resulta insuficiente para el número de tareas y el volumen de información que genera el MEP.

Otros departamentos de prensa y relaciones públicas de instituciones públicas similares o más pequeñas que el MEP cuentan con mayor cantidad y variedad en el perfil de sus profesionales.

Por ejemplo, la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) cuenta con más de 20 personas entre las que destacan productores audiovisuales, radiales, publicistas, mercadólogos, periodistas, relacionistas públicos, ingenieros informáticos y community managers, entre otros.

La limitación de personal provoca que el Ministerio de Educación Pública omita acciones de comunicación o proyectos importantes. Esa situación genera que la institución limite sus formatos de comunicación a modalidades tradicionales como boletines, fotografías e infogramas.

Pocas veces se producen videos, material multimedia o spot para radio o televisión con la calidad que exige el mercado actual.

En las ocasiones que se realizan formatos multimedia tienen baja calidad o se producen a destiempo porque requieren de procesos de contratación que tardan meses o resultan infructuosos.

Otra consecuencia del poco personal es que se dejan de llevar registros estadísticos importantes, como la cantidad de consultas que se reciben por mes o año, lo cual deriva en ausencias de datos para precisar el volumen de trabajo y la distribución de cargas.

También imposibilita determinar cuáles son las áreas de consulta más frecuentes por parte de la prensa.



**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA**  
Despacho de la Ministra  
Dirección de Prensa y Relaciones Públicas

Con respecto a equipo tecnológico para el cumplimiento de las funciones asignadas, se cuenta con dos cámaras fotográficas profesionales; una de ellas puede grabar video. La oficina carece de micrófonos, trípodes, dispositivos de Internet portátiles para transmisiones de conferencias de prensa u otros eventos fuera de las oficinas centrales.

Al momento de finalizar mi gestión, habían ingresado micrófonos de solapa y un equipo de sonido para conferencias de prensa que fue tramitada su compra desde inicios de 2018. Ese es un ejemplo de la lentitud de procesos que afectan la gestión de la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas del MEP.

Sobre los presupuestos y canales de divulgación, la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas cuenta con un perfil de Facebook, Instagram, una cuenta de correo para envíos masivos a todos los funcionarios del MEP y la página web donde se publican noticias todas las semanas.

Además, están vigentes tres contratos para publicaciones de campos pagados en La República, Grupo Nación (La Teja y La Nación) y La República. El monto total para esas contrataciones es de 150 millones.

<b><u>Contratista</u></b>	<b><u>Monto máximo del contrato por año</u></b>	<b><u>Nº Contrato</u></b>	<b><u>Nº Contratación</u></b>	<b><u>Nº Orden de compra</u></b>	<b><u>Monto de orden de compra</u></b>	<b><u>Vigencia de la orden de compra</u></b>	<b><u>Monto ejecutado de la Orden de compra</u></b>
<b>Grupo Nación GN</b>	100.000.000,00	043201800030030-00	2018CD-000016-0007300001	4600010739	100.000.000,00	Del 15/05/18 al 14/05/19	21.941.325,00
<b>Sociedad Periodística Extra Ltda.</b>	25.000.000,00	043201800030027-00	2018CD-000015-0007300001	4600010740	25.000.000,00	Del 15/05/18 al 14/05/19	7.000.512,00
<b>Pro periódicos Ltda.</b>	50.000.000,00	043201800030025-00	2018CD-000010-0007300001	4600010738	50.000.000,00	Del 15/05/18 al 14/05/19	3.030.000,00



**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA**  
Despacho de la Ministra  
Dirección de Prensa y Relaciones Públicas

---

Dichas contrataciones existen desde hace varios años y se renuevan de forma periódica para publicación de calendarios de Pruebas Nacionales, concursos públicos, contrataciones de personal e información importante para la comunidad educativa y docente.

**Redes sociales**

En cuestión de Redes Sociales, en el último año el perfil de Facebook del Ministerio de Educación Pública ha experimentado un aumento en el número de seguidores, alcance de cada publicación e interacciones.

Al 2 de setiembre de 2019, el MEP cuenta con 387.500 seguidores, de los cuales el 73% son mujeres y el 27% son hombres.

La mayoría de las personas que sigue la cuenta del MEP tiene entre 25 y 34 años. Sobre la ubicación geográfica, la mayoría del público es de la Gran Área Metropolitana (GAM). Por ejemplo, 106.000 de los 387.000 residen en San José, 29.000 en Heredia y 24.000 en Alajuela.

Hay 2.700 personas que nos siguen en Estados Unidos, 2.300 en México y 2.100 en Argentina, entre otros 9 países.

En julio de 2018, la cantidad aproximada de seguidores en el perfil oficial del MEP era de 306.000 personas aproximadamente.

En un mes usual, las publicaciones realizadas tienen un alcance total de 467.000 personas y generan más de 105.000 interacciones (comentarios, compartidos y likes).

En el último año se priorizaron las publicaciones relacionadas con los servicios brindados por el Ministerio, información de interés pedagógico para padres de familia y estudiantes.

Sobre el Instagram, se abrió una cuenta el año anterior que tiene más de 7.000 seguidores con un comportamiento demográfico y etario similar al que tiene Facebook.

En Facebook, la publicación de contenidos, de acuerdo a la normativa vigente, es responsabilidad de la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas. Mientras que la administración del servicio de mensajería interno es atendido por la Contraloría de Derechos Estudiantiles.

En el presente año, la Auditoría Interna realizó un informe en el que emitió varias recomendaciones a la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas para mejorar la respuesta de comentarios y el registro sobre quiénes utilizan la página de Facebook. El cumplimiento de esas recomendaciones está en proceso. VER ANEXO 1.



**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA**  
Despacho de la Ministra  
Dirección de Prensa y Relaciones Públicas

---

**Publicaciones y otros.**

En el 2018, la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas diseñó 68 artes para publicaciones en redes sociales y correos masivos. Mientras que en 2019, fueron diseñados 86 artes para publicaciones. VER ANEXO 2.

Los temas de las publicaciones fueron centros educativos entregados, obras por entregar, calendario de exámenes, aclaraciones sobre informaciones falsas, detalles de las Pruebas Nacionales FARO y reportes sobre afectación de la huelga del año anterior, entre otros.

Entre el 18 de julio de 2018 y el 9 agosto de 2019, la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas publicó 149 comunicados de prensa, los cuales están registrados en el sitio web del MEP.

Al finalizar el curso lectivo 2018, bajo la coordinación las Direcciones de Vida Estudiantil y Prensa y Relaciones Públicas se realizó, en el Teatro Nacional, el evento ‘La Educación Nos Une’, una show artístico protagonizado por estudiantes de diferentes colegios del país.

Esa actividad reunió, en el público, a estudiantes y docentes de las 27 Direcciones Regionales y consiguió muy buenos comentarios. Es recomendable que se institucionalice una actividad de clausura de cada curso lectivo, pues, permite reunir en un espacio agradable a las autoridades con una parte de la comunidad educativa.

Otro aspecto importante de recalcar es el trámite de una contratación administrativa por ₡28 millones para producción de audiovisuales y spots de radio sobre buenas prácticas docentes, entrevistas de estudiantes y docentes al jerarca, igualdad de género y uso de plásticos de un solo uso.

**Política de Comunicación**

Para la elaboración de la política de comunicación, el Ministerio de Educación Pública consiguió una donación de la Fundación Gente.

El primer paso fue reunirse, a inicios del presente año, con Jennyfer González, representante de Fundación Gente para establecer las bases del proyecto.

Luego, durante el primer semestre del presente año se realizaron dos reuniones más con la Fundación y el equipo técnico de la empresa CCK. En dichas reuniones participó el exministro de Educación Pública, Edgar Mora Altamirano. VER ANEXO 3.

Para el proceso de investigación se definieron los siguientes públicos:

- Funcionarios del MEP
- Gobiernos locales



**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA**  
Despacho de la Ministra  
Dirección de Prensa y Relaciones Públicas

---

- Miembros de Juntas Administrativas y de Educación
- Estudiantes
- Padres de familia

### **Planificación Operativa Anual**

Para el 2019, el presupuesto de la Dirección e Prensa y Relaciones Públicas está estimado en ₡222 millones, en 2018 fue de 238 millones y en 2017 fue de 201 millones.

Debido a que asumí el puesto de Director de Prensa y Relaciones Públicas en julio de 2018, el Plan Operativo (POA) para el 2019 ya estaba elaborado, por lo cual resultó imposible hacer variaciones y ajustarlo a las necesidades y objetivos de la nueva administración.

A la hora de revisar el POA 2019, encontramos grandes similitudes con el POA 2018 y el POA 2017, esa práctica refleja poca planificación de acuerdo a las necesidades de la entidad cada año.

Para el POA 2020 se definieron siete objetivos con sus respectivos eventos, causas y riesgos. Entre los objetivos incluidos se incluyó un taller para voceros y una fuerte campaña de comunicación sobre las Pruebas Nacionales FARO.