

# Plan Estratégico Institucional 2010-2014

Aprobado el 10 de febrero de 2010 por Acuerdo de  
Consejo Directivo N° 003-01-2010-SCD/IRTP



## Índice

<i>PRESENTACIÓN</i> .....	3
<i>I. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO</i> .....	4
<i>MATRIZ FODA</i> .....	12
<i>II. RUMBO ESTRATÉGICO: VISIÓN DE FUTURO, MISIÓN INSTITUCIONAL, VALORES RECTORES Y LINEAMIENTOS DE POLÍTICA.</i> .....	13
2.1    VISIÓN DE FUTURO DE IRTP: .....	13
2.2    MISIÓN INSTITUCIONAL DE IRTP: .....	13
2.4    LINEAMIENTOS DE POLÍTICA SECTORIAL.....	14
2.5    LINEAMIENTOS DE POLÍTICA INSTITUCIONAL DEL IRTP .....	15
<i>III. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL IRTP</i> .....	18
<i>IV. MAPA ESTRATÉGICO DEL IRTP</i> .....	21
<i>V. INDICADORES DE IMPACTO Y ESTRATEGIAS POR CADA OBJETIVO ESTRATÉGICO DEL IRTP</i> .....	22
<i>ANEXOS</i> .....	24

## **Presentación**

La revisión y actualización del Plan Estratégico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP correspondiente al periodo 2010-2014 ha sido elaborado en el marco del proceso de planeamiento emprendido por la Alta Dirección con el apoyo técnico de la Oficina General de Planificación y Desarrollo.

El presente informe ha sido elaborado para la revisión y aprobación del Consejo Directivo. En ese sentido, estará sujeto a las recomendaciones y observaciones que los miembros directivos consideren pertinente y necesarias.

El documento ha sido formulado contemplando cinco capítulos. El primero está referido al diagnóstico estratégico elaborado sobre la base del análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. En segundo lugar, se encuentra el rumbo estratégico de largo plazo definido por la institución, donde se incluyen la Visión de Futuro, la Misión Institucional, los Valores Rectores y los Lineamientos de Política articulados al Sector de la Presidencia de Ministros PCM, así como las Políticas Institucionales del IRTP.

El tercer capítulo presenta los objetivos estratégicos reformulados según los ejes orientadores de la gestión institucional. En cuarto lugar, se incluye el Mapa Estratégico del PEI 2010-2014, que intenta ilustrar a manera de resumen los componentes principales del PEI.

El quinto capítulo del informe señala los indicadores de impacto elaborados para evaluar el desempeño organizacional, así como las estrategias por cada objetivo estratégico, elementos que sientan las bases para articular con la planificación operativa anual, el despliegue de las acciones o actividades a ejecutarse en los próximos años.

Finalmente, en los Anexos encontramos la matriz del Plan Estratégico Institucional 2010-2014, que incluyen las acciones / tácticas principales, indicadores de productos, metas y responsables; entre otros.

El PEI debe ser considerado como un instrumento orientador de la gestión institucional, donde cada uno de los directivos y profesionales de IRTP cuenten con un conjunto de directrices hacia el logro de los objetivos y metas comunes concertadas de manera participativa para asegurar el fortalecimiento, posicionamiento y desarrollo sostenible de la organización.

## **I. Diagnóstico Estratégico**

---

El diagnóstico estratégico presente ha sido elaborado a partir del análisis y validación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas realizado como parte del proceso de actualización del Plan Estratégico Institucional 2010-2014. Es así que a continuación se encuentra una descripción narrativa sobre la situación actual, tanto referida a la gestión interna como al entorno en el cual se desenvuelve IRTP.

### ***En relación a las Fortalezas del IRTP***

❖ **Renovación de transmisores modernos principalmente en capitales regionales.**

El IRTP a través del proyecto “Recuperación de la capacidad de transmisión de la Televisión Estatal” ha repotenciado 22 estaciones en las principales capitales regionales del país mediante la renovación de equipos de transmisión y la mejora física y eléctrica, lo que ha permitido ampliar la cobertura y mejorar la calidad de la señal televisiva.

❖ **Primera entidad en transmitir oficialmente televisión digital terrestre (TDT) en el país.**

El IRTP cuenta con un amplio historial de liderazgo, desde ser el primer canal en emitir señales de Televisión (1958), así como ser los primeros en transmitir señales a color (1976), hasta el día de hoy; seremos también el primer canal que iniciará oficialmente transmisiones de televisión digital terrestre (TDT).

La televisión digital no sólo ofrece una mejora significativa en la imagen y sonido, también proporciona enormes ventajas respecto de la difusión analógica para la televisión, como son: más calidad, más definición, más canales, más programas; introduciendo el concepto de interactividad, convirtiendo cualquier receptor en un emisor, por el cual los espectadores podrán participar activamente en los programas.

Otras de las ventajas son que será gratuita, podrá ser transmitida en diferentes señales de Audio (“Sorround”) y Video (HD), 8 señales de calidad estándar y sus combinaciones con HD, señales para equipos portátiles (celulares, laptop, PCs, etc.), señales que permitirán la opción de SAP (Second Audio Program) que permitirá mantener la identidad de nuestros pueblos con diálogos doblados al quechua, aymara, etc. Así mismo presenta las ventajas adicionales de retransmitir datos como Guías Electrónicas de Programación, Control Parental, “Close Caption” y el Sistema de Prevención de Desastres (EWS) el cual alertará automáticamente a los televidentes para los casos de terremotos, tsunamis y otros tipos de desastres.

**❖ Cobertura a nivel nacional: Filiales y retransmisoras en todo el Perú.**

La diversidad geográfica de nuestro país y la desordenada distribución poblacional, limitan el alcance de la señal de los canales de televisión comercial y, en muchos casos, excluye a una gran cantidad de peruanos.

Sin embargo, a través del IRTP, el Estado intenta reducir, en la medida de lo posible, la brecha de exclusión al promover que la gran mayoría de peruanos en el ámbito nacional, accedan gratuitamente a una programación cultural, educativa, entretenimiento sano e información objetiva que destaque de forma apropiada las actividades estatales.

El objetivo de toda nuestra infraestructura de filiales y retransmisoras en todo nuestro país es brindar una señal única que integre a todos los peruanos, a través de contenidos radiales y televisivos que contribuyan con la inclusión social, la presencia geopolítica del Estado, los beneficios de la democracia y la identidad nacional.

**❖ Asignación de recursos y posibilidad de generar mayores ingresos en comparación con otras instituciones del Estado.**

El IRTP representa una entidad estatal, que cuenta con la ventaja de poder recaudar fondos (RDR) a través de la venta de auspicios y patrocinios de marcas, de alianzas estratégicas, producciones y coproducciones de programas, entre otros, sin dejar de lado la firma de convenios con otras instituciones nacionales y extranjeras.

De esta forma, a diferencia de otras entidades del Estado, el accionar organizacional del IRTP, puede afrontar las limitaciones presupuestales, lo que permite flexibilizar algunas partidas presupuestales adicionales para la innovación, mejora y desarrollo de programas de radio y televisión.

**❖ Existencia y facilidad para establecer convenios con entidades privadas nacionales e internacionales.**

El mundo globalizado requiere que las instituciones dispongan de información actualizada y oportuna, lo que implica que las organizaciones de radiodifusión, establezcan convenios de cooperación nacional e internacionales.

Dentro de este marco el IRTP, tiene la capacidad de negociar y suscribir convenios de cooperación con sus similares de otros países para la realización de coproducciones; intercambio de programas culturales, educativos; materiales audiovisuales; intercambio de expertos, etc., con la finalidad de contribuir al cumplimiento de la misión y visión institucional.

## ***En relación a las Debilidades del IRTP***

### **❖ Obsolescencia de los equipos de producción y emisión.**

La tecnología representa un factor crucial para el desarrollo organizacional en estos tiempos; específicamente, las tecnologías de información y comunicación, cuyo avance en los últimos años, ha permitido lograr que las organizaciones desarrollen ciertas ventajas competitivas frente a sus competidores.

Precisamente la actualización tecnológica permanente, promueve que la vida útil de muchos equipos, inicialmente innovadores, se reduzca a ciclos cada vez más cortos; volviéndose anticuados e inútiles para satisfacer necesidades cambiantes en plazos realmente reducidos. Por ello, es vital que las organizaciones asimilen esta realidad a través de políticas institucionales que promuevan la actualización constante de los conocimientos y tecnologías. Esta vital tarea también involucra, además del compromiso de la Alta Dirección, inversión en recursos humanos y equipos para emprender la importante misión de adaptación al cambio para lograr un estándar de calidad internacional.

Ésta debilidad reclama atención, puesto que la actualización y optimización permanente de equipos de producción y emisión no está siendo atendida con la prontitud, oportunidad y tiempo que requieren las producciones de programas, dada la obsolescencia tecnológica que finalmente afecta la calidad técnica con la cual se produce, emite y distribuye la programación nacional del IRTP.

### **❖ Carencia de investigación de mercado y medición del rating.**

La investigación de mercado es una herramienta de gestión que comprende procesos de recopilación, procesamiento y análisis de información relevante para la formulación del plan estratégico de una organización, el diseño de una nueva producción, o el soporte para el relanzamiento de una serie de programas de radio y televisión.

Por ello, y considerando el amplio y variado público objetivo del IRTP, la investigación de mercado se convierte en una tarea de cumplimiento fundamental para la organización, ya que no sólo colaborará con facilitar decisiones sobre el desarrollo de programas y la introducción de innovaciones; sino que redundará en la satisfacción de un mayor número de televidentes y radioyentes, puesto que la institución realizará la producción de programas, a partir de la información recabada sobre las necesidades de lo que quiere el ciudadano.

Por otro lado, no contar con información de referencia (rating) que nos indique, como están los niveles de audiencia, tanto televidentes como radioyentes, con respecto a la emisión de nuestros programas, indica una debilidad, que implica serias limitaciones de información para realizar mejoras de los programas producidos.

**❖ Políticas institucionales discontinuas**

Las políticas institucionales representan los lineamientos formales que orientan el accionar de toda organización; sin embargo, estas herramientas no son interiorizadas adecuadamente en el personal y muchas veces sufren variaciones con los cambios de la Alta Dirección.

Ante estos hechos, resulta necesario que las políticas trasciendan de una gestión a otra, debiendo orientarse mediante la ejecución de sus actividades, en perspectivas de mediano y largo plazo, las mismas que deben estar institucionalizadas, inter-relacionadas y materializadas en los instrumentos de gestión (ROF) y de Planeamiento Estratégico (PEI).

**❖ Marco normativo inadecuado que hace lentos los procesos y limita la competitividad de los productos del IRTP**

El conjunto general de normas, criterios, metodologías, lineamientos y sistemas, que establecen la forma en que deben desarrollarse las acciones para alcanzar los objetivos propuestos dentro de los organismos del Estado, están basados en un tipo de organización burocrática rígida, cuya línea de operatividad en la mayoría de los casos radica en la prestación de servicios y cuya logística obedece a procesos más controlados desde un punto de vista legal y normativo.

Para un medio de comunicación de radio y televisión, la logística por su naturaleza requiere de procesos más dinámicos, rápidos y flexibles que articulen de manera sostenible la cadena de valor de sus programas.

Esta incongruencia de dos operaciones logísticas distintas hace en el IRTP una debilidad pues su marco normativo no permite concretar los resultados a tiempo, retrasando a su vez otros procesos, menoscabando al final de la cadena de valor, la calidad de los programas televisivos y radiales.

**❖ Estructura organizacional desactualizada.**

La actual estructura orgánica y funcional del IRTP, no está acorde con la modernización del Estado y las nuevas tecnologías de información y comunicaciones ya que aún no se ha culminado con la actualización de los instrumentos de planeamiento y de gestión.

Por ello, el IRTP en el marco de la Ley de modernización del Estado y la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo (LOPE), está actualizando sus instrumentos de gestión y de planeamiento.

**❖ Débil cultura organizacional**

Existen múltiples y diferentes definiciones sobre Cultura Organizacional, pero todos coinciden en que es un sistema de creencias, valores, que se manifiestan en normas, actitudes, conductas, comportamientos, relaciones interpersonales, estilos de liderazgo, que se desarrollan en un grupo dentro de la organización.

La cultura es propia de cada organización, y siempre hay una cultura. Es un proceso evolutivo donde sus elementos varían con el transcurrir del tiempo.

Bajo este marco el IRTP presenta una cultura débil, propia de las organizaciones limitadas por las normativas rígidas, presupuestos austeros y políticas cambiantes que influyen considerablemente en aspectos tales como la autonomía individual, la relación desempeño-estímulo, el modelo de comunicación organizacional, las relaciones personales, entre otros puntos.

Es por ello necesario reforzar la difusión e interiorización entre los colaboradores del IRTP sobre aspectos relacionados con los valores junto con la visión y la misión, pues constituyen el marco de referencia más importante que define la Cultura Organizacional y dirige la estrategia de la organización, hacia lineamientos de políticas, objetivos estratégicos, trabajo en equipo, cooperación entre otros, que permitan una adecuada gestión sostenible, a través de toda la organización.

❖ **Limitada cobertura de la Radio a nivel nacional.**

El amplio público objetivo al que apunta la misión institucional del IRTP requiere que la cobertura de los medios de comunicación alcance al mayor número posible de familias peruanas. Lamentablemente, la situación luce desfavorable en los casos de la Radio a nivel Nacional, puesto que su cobertura en las frecuencias de AM y FM es limitada por la capacidad de los equipos, así también, la frecuencia de FM se ve afectada por la geografía, no alcanzando a favorecer a la masa crítica que el IRTP pretende priorizar.

Así tenemos que, el impacto social que espera obtener esta entidad estatal se ve afectado por lo limitada de la cobertura de la red de radio, no llegando a beneficiar a las localidades más alejadas, llámense poblaciones ubicadas en zonas de frontera y territorios del ámbito rural. La falta de capacidad de los equipos (FM) impide que muchos pobladores disfruten del contenido proporcionado por las emisoras antes mencionadas y requieren de la inversión en proyectos de ampliación de la red de estaciones en FM.

❖ **Limitadas capacidades del personal del IRTP para asumir nuevos retos tecnológicos que demanda una institución moderna.**

La velocidad con la que surgen nuevos conocimientos obliga a los profesionales modernos a mantenerse en constante proceso de actualización. Si a esto le agregamos el hecho de la evolución tecnológica en corto plazo, la necesidad de actualizar conocimientos se vuelve aún más urgente, puesto que nuevas tecnologías implican el conocimiento de nuevos procesos y técnicas para su correcto empleo. De manera que, aquellos profesionales, técnicos y operativos que descuidan el enriquecimiento de la capacitación permanente se verán sorprendidos por las nuevas demandas del mercado y la aparición de nuevas tecnologías, que no hacen otra cosa que evidenciar que sus competencias profesionales se encuentren en desventaja para afrontar los nuevos retos y cambios requeridos en la institución.

Éste es, un espacio a mejorar al interior del IRTP, ya que los colaboradores de la entidad ven limitadas sus capacidades para aportar a la modernización de la Institución, al encontrarse en una situación de apatía, letargo intelectual y estancamiento de habilidades. Es por ello, que esta entidad estatal está llamada a promover el fortalecimiento y actualización de los conocimientos y habilidades del personal que la integra; identificando las brechas de competencias profesionales, técnicas y operativas, así como las mejoras concernientes a las habilidades y experiencias, de modo que el personal pueda responder efectivamente a los requerimientos que demanda una institución moderna.

❖ **Percepción por parte del público en general, de que los medios de comunicación del Estado son considerados gobiernistas.**

La constante presencia de eventos oficiales que interrumpe la programación hace que el ciudadano perciba al IRTP como un medio de difusión del Gobierno.

Ante este escenario el IRTP requiere coordinar la emisión de eventos oficiales con Presidencia de la República, Congreso y la Presidencia del Consejo de Ministros a fin mostrar los beneficios de una programación ordenada, sobre la base de la relevancia de los contenidos, para que exista mayor respeto al televidente y el mensaje oficial tenga una mejor aceptación.

### ***En relación a las Oportunidades del entorno***

❖ **Marco legal favorable para la modernización institucional del sector público.**

El actual marco legal del Estado propicia la modernización de las instituciones públicas, mediante la Ley N° 27658 Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, que declara al Estado peruano en proceso de modernización con la finalidad de mejorar la gestión pública; por lo que aprueba los “Lineamientos para la elaboración y aprobación del Reglamento de Organización y Funciones - ROF por parte de las entidades de la administración Pública”. Así como con la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo- LOPE Ley N° 29158 que establece los principios y las normas básicas de organización, competencias y funciones del Poder Ejecutivo, como parte del Gobierno nacional.

❖ **Posibilidad de tener una programación diferenciada acorde a los actuales estándares de consumo de medios de comunicación.**

Si tenemos en cuenta que el IRTP tiene como público objetivo a la totalidad de las familias peruanas, nuestros criterios de producción y programación deben ser diversos y estar alineados con los hábitos de consumo de medios de comunicación masiva, por parte de los distintos grupos de televidentes. Así, deberíamos actualizar y/o modernizar nuestros programas en función de los patrones televisivos que esperan los actuales televidentes mediante una televisión alternativa.

Teniendo las informaciones de investigación de mercados, nuestros contenidos podrán ser programados de acuerdo a los horarios, edades y géneros de distintos grupos de televidentes que sintonizan programas de radio y televisión, para poder tener mejores oportunidades frente a la teleaudiencia.

De manera que, la propuesta de una programación de radio y televisión de alta calidad, con producciones diseñadas con la diferenciación de contenidos que debe tener como misión un canal estatal moderno sobre la base de las expectativas de una audiencia sumamente diversa, representa una oportunidad de diferenciación para el IRTP, ya que seremos una buena alternativa ante la programación comercial.

❖ **Oferta de servicios por parte de la cooperación técnica para capacitación, asistencia técnica y económica.**

El creciente mundo de la cooperación técnica ofrece una gama de servicios entorno a la gestión del conocimiento y asistencia financiera en el marco de programas no reembolsables, reembolsables, o de recuperación contingente (reembolsables en el caso de que el proyecto o programa obtenga financiamiento adicional).

De manera que, organizaciones como las entidades estatales están llamadas a paliar brechas de conocimiento o restricciones presupuestales con los conocimientos especializados de los profesionales y los recursos económicos de la cooperación internacional. Esta dinámica, cada vez más común en el mundo organizacional, atiende al fenómeno de la globalización que interconecta regiones y pone a disposición de unas y otras, recursos humanos y económicos en pro de un desarrollo sostenible.

❖ **Creciente necesidad de las empresas por crear una imagen de responsabilidad social que le permite al IRTP poder generar ingresos.**

La comunidad empresarial ha comprendido que en esta época su accionar lucrativo no puede llevarlo a desentenderse de la realidad que lo rodea, desconsiderando las problemáticas que acontecen en su entorno y del cual, ellos forman parte. De este modo, las empresas han asimilado la lógica de que el mayor involucramiento con la totalidad de grupos de interés (stakeholders), llámense accionistas, colaboradores, Estado, clientes, proveedores y sociedad; conllevará a un mejor posicionamiento de sus organizaciones en la mente de sus potenciales clientes, lo que motivará el fortalecimiento de la imagen y reputación institucional, y finalmente derivará en un incremento de las ventas y, por ende, de la rentabilidad.

En este nuevo contexto de convivencia entre empresas, Estado y organizaciones de la sociedad civil, el IRTP puede encontrar un campo interesante para emprender relaciones del tipo ganar-ganar con el sector privado; de manera que pueda incrementar su partida presupuestal con los aportes de dicho sector, mientras que este paralelamente, refuerza su imagen corporativa e incrementa su legitimidad ante su público objetivo.

***En relación a las Amenazas del entorno:*****❖ Riesgo de quedarnos sin señal satelital en el corto plazo, por caducidad del contrato.**

Las relaciones contractuales son un tema de obligatoria revisión en las organizaciones, ya sean públicas o privadas; puesto que muchas veces abordan asuntos íntimamente relacionados con el accionar principal de los actores involucrados.

Éste es el caso del IRTP, puesto que existe una relación contractual próxima a vencerse, del cual depende la sostenibilidad de la programación radial y televisiva. De manera que, a todas luces, el vencimiento del contrato que beneficia al IRTP con la gratuidad de la señal satelital constituye una latente amenaza, de cuya resolución dependerá el accionar efectivo de la entidad.

**❖ La probable decisión política de trasladar al IRTP de PCM, al Ministerio de Cultura.**

Como en la mayoría de organismos estatales, la influencia de los factores políticos en temas netamente administrativos, es una amenaza latente; que sumada la posibilidad, ante la eventual creación del Ministerio de Cultura, el IRTP pase a formar parte de dicho ente público, por intervención política del Poder Ejecutivo o Legislativo.

Este escenario constituye una amenaza, puesto que actualmente el IRTP adscrito al sector de la PCM, estratégicamente adquiere posibilidades de participación en otros sectores ministeriales a través de los propios objetivos del Ministerio de la Presidencia del Consejo de Ministros; mientras que en el escenario contrario las posibilidades del IRTP se verían reducidas a las competencias del nuevo sector adscrito, perdiendo las producciones radiales y televisivas las prioridades, en cuanto a su estructura de programación (educativo-cultural, informativo, entretenimiento y servicios a la comunidad). Por el contrario ser adscritos a PCM, nos daría una ventaja política en temas objetivamente administrativos.

## Matriz FODA

En el siguiente cuadro resumen se presenta la matriz FODA de IRTP elaborado y validado participativamente.

MICRO AMBIENTE	MACRO AMBIENTE
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Renovación de transmisores modernos principalmente en capitales regionales. (Transmisores Thompson, "Proyecto Francés")	1. Marco legal favorable para la modernización institucional del sector público.  2. Posibilidad de tener una programación diferenciada acorde a los actuales estándares de consumo de medios de comunicación.  3. Oferta de servicios por parte de la cooperación técnica para capacitación, asistencia técnica y económica.  4. Creciente necesidad de las empresas por crear una imagen de responsabilidad social que le permite al IRTP poder generar ingresos.  5. Existe un segmento amplio no atendido en la población por la oferta actual de los medios de comunicación.
2. Primera entidad en transmitir oficialmente televisión digital terrestre (TDT) en el país.	
3. Cobertura a nivel nacional: Filiales y retransmisoras en todo el Perú. (La red de televisión es la más amplia del país).	
4. Asignación de recursos y posibilidad de generar mayores ingresos en comparación con otras instituciones del Estado.	
5. Existencia y facilidad para establecer convenios con entidades privadas nacionales e internacionales.	
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Obsolescencia de los equipos de producción y emisión.	1. Riesgo de quedarnos sin señal satelital en el corto plazo, por caducidad del contrato.
2. Carencia de investigación de mercado y medición de rating.	2. La probable decisión política de trasladar al IRTP de PCM al Ministerio de Cultura.
3. Políticas institucionales discontinuas.	
4. Marco normativo inadecuado que hace lentos los procesos y limita la competitividad de los productos del IRTP.	
5. Estructura organizacional desactualizada.	
6. Débil de cultura organizacional.	
7. Limitada cobertura de la Radio a nivel nacional.	
8. Limitadas capacidades del personal del IRTP para asumir nuevos retos tecnológicos que demanda una institución moderna.	
9. Percepción por parte del público en general, de que los medios de comunicación del Estado son considerados gobiernistas.	

## **II. Rumbo Estratégico: Visión de Futuro, Misión Institucional, Valores Rectores y Lineamientos de Política.**

---

En este capítulo se presentan la visión, la misión y los valores, que en su conjunto enmarcan nuestra cultura institucional.

### **2.1 Visión de Futuro de IRTP:**

Ser una institución de comunicación masiva, moderna, reconocida por todos los peruanos, por la calidad de sus programas audiovisuales y radiales, que garantizan el acceso a la cultura, el derecho a la educación, el sano entretenimiento y a la información permanente, interactiva y objetiva; a través de nuestra cobertura de radiodifusión que fortalece la identidad nacional, la democracia y la imagen del Perú en el mundo.

### **2.2 Misión Institucional de IRTP:**

Somos la institución de Radio y Televisión del Estado encargada de producir, emitir y difundir, programas con contenidos de información periodística, educativa, cultural y de entretenimiento; a través de nuestra distribución nacional de la señal de radiodifusión, promoviendo las políticas nacionales y contribuyendo al bienestar de todos los peruanos.

### **2.3 Valores Rectores**

❖ **Respeto**

Creemos en la dignidad de las personas. Ellas merecen la atención y defensa de sus derechos cualquier sea a su origen, religión y nivel socio-económico.

❖ **Objetividad**

Sostenemos que nuestra labor informativa debe estar regida por los principios de veracidad, imparcialidad, independencia y transparencia.

❖ **Credibilidad**

Actuamos permanentemente para ser dignos de confianza y del respaldo ciudadano.

- ❖ **Responsabilidad** Creemos que todos nuestros colaboradores deben ser la expresión del pleno y cabal cumplimiento de nuestras obligaciones y deberes.
- ❖ **Cooperación** Valoramos el trabajo en equipo, basado en la solidaridad y el compromiso institucional
- ❖ **Pluralidad** Creemos que nuestras diferencias de ideas enriquecen nuestra cultura organizacional, permitiéndonos mantener una unidad en torno a nuestras costumbres y tradiciones institucionales.

## 2.4 Lineamientos de Política Sectorial

IRTP es parte del Sector Presidencia del Consejo de Ministros, es por ello que el Instituto está vinculado a los lineamientos de dicho sector. Esta articulación principalmente está referida a los siguientes lineamientos de Política del PESEM 2007-2011, los mismos que se presentan a continuación:

PESEM 2007-2011 (PCM)	
Eje Estratégico	Lineamiento de Política
Inclusión y Equidad Social	<p><b><u>Superar la Pobreza</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporar a los grupos tradicionalmente excluidos y marginados por motivos económicos, sociales culturales o raciales, especialmente a los de zonas rurales y/u organizados en comunidades campesinas o nativas, al resto de la sociedad, asegurando su participación plena y reconocida por todos los ciudadanos.</li> <li>• Desarrollar la política social priorizando el enfoque de desarrollo humano y desarrollo territorial, disminuir la desnutrición crónica infantil y superar la pobreza en el país.</li> <li>• Promover la información y comunicación social, como estrategias para la interacción entre el Estado y la Sociedad.</li> </ul>
Gobernanza	<p><b><u>Consensos y visiones compartidas para el desarrollo, en los tres niveles de Gobierno</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover estrategias de coordinación, concertación y participación en la gestión institucional, viabilizando las buenas prácticas gubernamentales, éticas, transparentes y responsables en la gestión pública.</li> <li>• Desarrollar el sistema de prevención de conflictos con la participación de los tres niveles de gobierno, favoreciendo la buena gobernabilidad.</li> <li>• Desarrollar estrategias nacionales de seguridad interna vinculadas a la lucha contra el narcotráfico y el consumo de drogas ilegales; promoviendo el desarrollo de medidas alternativas con la participación multisectorial y de la sociedad, en los tres niveles de gobierno.</li> </ul>

## 2.5 Lineamientos de Política Institucional del IRTP

IRTP desde su creación a través del Decreto Legislativo N. 829 de fecha 05/07/96 ha venido ejecutando sus actividades y acciones a nivel nacional, en cuanto a la producción y difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento, a través de los medios de radiodifusión a su cargo. Por otro lado los lineamientos de políticas institucionales que se han venido ejecutando hasta mediados de julio del 2009, corresponde a los establecidos en el Plan Estratégico Institucional 2007 – 2011.

En el marco de las políticas de Modernización del Estado, el IRTP mediante Acuerdo de Consejo Directivo N° 010-02-2009-SCD/IRTP del 15 de julio del 2009, aprobó nuevas políticas institucionales y con Acuerdo N° 014-01-2009 del 05 de octubre del 2009, hizo una adecuación al Marco Estratégico y los Lineamientos de Política para el período 2009 – 2011, los mismos que se basan en tres ejes de gestión, para facilitar el logro de resultados oportunos y de calidad, referidos a la: Gestión Programática, Gestión Política y Gestión Institucional.

### **I. Gestión Programática.**

#### *Programación – Televisión*

- a) La programación de contenidos televisivos se enfoca en la cultura, la información y el entretenimiento.
- b) Dar preferencia a la producción nacional que promueve valores, identidad nacional y la imagen del Perú.
- c) La transmisión de eventos oficiales se orientará preferentemente a los relacionados con la seguridad nacional, bienestar de la población e interés general.
- d) Mantener la unidad de los contenidos de la producción en puntos estratégicos del territorio nacional.

#### *Programación – Radial*

- a) La programación radial da preferencia a los contenidos que promuevan la cultura y el sano esparcimiento. Una proporción menor se destina a la programación informativa.

#### *Comercialización*

- a) Los Recursos Directamente Recaudados del IRTP se generan principalmente a través de un estándar de comunicación empresarial enfocado en difundir mensajes que construyan imagen de marca (asociada con valores e identidad) de las empresas.

- b) El valor del auspicio se sustenta básicamente en la calidad de los contenidos televisivos y radiales, y la más amplia cobertura nacional.
- c) El IRTP convoca preferentemente la participación de las empresas y entidades públicas de manera directa, bajo nuestro estándar de comunicación empresarial.

#### *Imagen Institucional*

- a) Lograr un posicionamiento de la imagen institucional en el público usuario y de los entes rectores del Estado que avalen el trabajo orientado al servicio de la población a través de los contenidos de los programas de Televisión y Radio.

## **II. Gestión Política**

#### *Relaciones Estratégicas – Televisión*

- a) Promover relaciones estratégicas con instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales que tengan el objetivo de difundir valores e identidad nacional a través de contenidos culturales, educativos, informativos y de entretenimiento.

#### *Relaciones Estratégicas – Radio*

- b) Promover relaciones estratégicas para producir contenidos radiofónicos que difundan cultura, información, entretenimiento y promuevan valores, identidad nacional y la imagen del Perú.

#### *Relaciones Estratégicas – Desarrollo Tecnológico y Humano*

- c) Promover relaciones estratégicas con instituciones públicas y privadas del ámbito nacional e internacional con la finalidad de mejorar los medios tecnológicos y potencial humano de la institución.

#### *Aceptación del beneficiario, cooperación y Estado*

- d) Lograr la aceptación de los contenidos producidos por el IRTP que satisfacen las necesidades del público beneficiario, del Estado y de entes cooperantes.

**III. Gestión Organizacional***Gerencia Corporativa*

- a) Asumir el enfoque gerencial por resultados orientados a la ciudadanía.
- b) Adoptar una organización moderna, flexible, bajo un sistema de gestión por procesos, con una estructura sencilla, simple, dinámica acorde a las circunstancias actuales.

*Tecnología*

- a) Liderar los cambios tecnológicos en los sistemas de información audiovisuales, televisivos y radiofónicos, así como de los procesos de gestión institucional.

*Potencial humano eficiente*

- a) Contar con colaboradores competentes, acorde con los perfiles y requerimientos de la institución.
- b) Desarrollar permanentemente a los colaboradores en sus capacidades y habilidades.
- c) Implementar acciones de motivación a los colaboradores que contribuyan a mejorar el clima laboral.

*Financiamiento*

- a) Gestionar eficazmente ingresos para la institución, de acuerdo a ley.
- b) Ejecutar los recursos financieros de manera eficiente con la finalidad que se cumplan los objetivos de gestión por resultados.

### **III. Objetivos Estratégicos del IRTP**

---

El IRTP se ha planteado tres objetivos estratégicos:

<b>Programas de Comunicación para la Ciudadanía</b>		Difundir programas de calidad que sean aceptados por diversos segmentos de la población a nivel nacional, orientados a fortalecer la identidad nacional, brindando soporte a la gobernabilidad y promoviendo la democracia e inclusión social.
<b>Posicionamiento Institucional</b>		Posicionar una imagen institucional sólida e independiente apoyando las políticas de Estado y generando una opinión pública que consolide su credibilidad.
<b>Gestión Organizacional</b>		Lograr ser una institución moderna, eficiente y eficaz basada en una gestión por resultados, con un potencial humano competente y especializado en el quehacer institucional.

## ALINEACION DE LOS OBJETIVOS PEI 2010-2014 DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS DEL PESEM 2007-2011 DE LA PCM

Los dos primeros objetivos generales 1 y 2 del Plan Estratégico 2010 – 2014 del IRTP ambos se alinean a los ejes y objetivos estratégicos 4 y 5 y a los lineamientos de política respectivos del PESEM 2007 -2011 de la PCM.

### EL IRTP C0NTRIBUYE EN EL CUMPLIMIENTO

PESEM 2007 – 2011 DE LA PCM			PEI 2010 – 2014 DEL IRTP
Eje Estratégico	Lineamientos de Política	Objetivos Estratégicos	Objetivos Estratégicos Generales
<b>4. Inclusión y Equidad Social</b>	<p><b><u>Superar la Pobreza</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporar a los grupos tradicionalmente excluidos y marginados por motivos económicos, <u>sociales culturales</u> o raciales, especialmente a los de zonas rurales y/u organizados en comunidades campesinas o nativas, al resto de la sociedad, asegurando su participación plena y reconocida por todos los ciudadanos.</li> <li>• Desarrollar la política social priorizando el enfoque de desarrollo humano y desarrollo territorial, disminuir la <u>desnutrición crónica infantil y superar la pobreza</u> en el país.</li> <li>• Promover la <u>información y comunicación social</u>, como estrategias para la interacción entre el Estado y la Sociedad.</li> </ul>	<p><b>Objetivo Estratégico PESEM 4:</b> Lograr la inclusión económica, social, política y cultural, con énfasis en los grupos sociales vulnerables y marginados del país.</p>	<p><b>Objetivo Estratégico General 1</b></p> <p>Difundir programas de calidad que sean aceptados por diversos segmentos de la población a nivel nacional, orientados a fortalecer la identidad nacional, brindando soporte a la gobernabilidad y promoviendo la democracia e inclusión social.</p>
<b>5. Gobernanza</b>	<p><b><u>Consensos y visiones compartidas para el desarrollo, en los tres niveles de Gobierno</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover estrategias de coordinación, concertación y participación en la gestión institucional, viabilizando las buenas prácticas gubernamentales, éticas, transparentes y responsables en la gestión pública.</li> <li>• Desarrollar el sistema de prevención de conflictos con la participación de los tres niveles de gobierno, favoreciendo la buena gobernabilidad.</li> <li>• Desarrollar estrategias nacionales de seguridad interna vinculadas a la lucha contra el narcotráfico y el consumo de drogas ilegales; promoviendo el desarrollo de medidas alternativas con la participación multisectorial y de la sociedad, en los tres niveles de gobierno.</li> </ul>	<p><b>Objetivo Estratégico PESEM 5:</b> Fortalecer la gobernabilidad democrática en un marco de seguridad, estabilidad, paz social, concertación y transparencia.</p>	<p><b>Objetivo Estratégico General 2</b></p> <p>Posicionar una imagen institucional sólida e independiente apoyando las políticas de Estado y generando una opinión pública que consolide su credibilidad.</p>

## EI IRTP CONTRIBUYE AL CUMPLIMIENTO DE LOS EJES Y OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE LA PCM

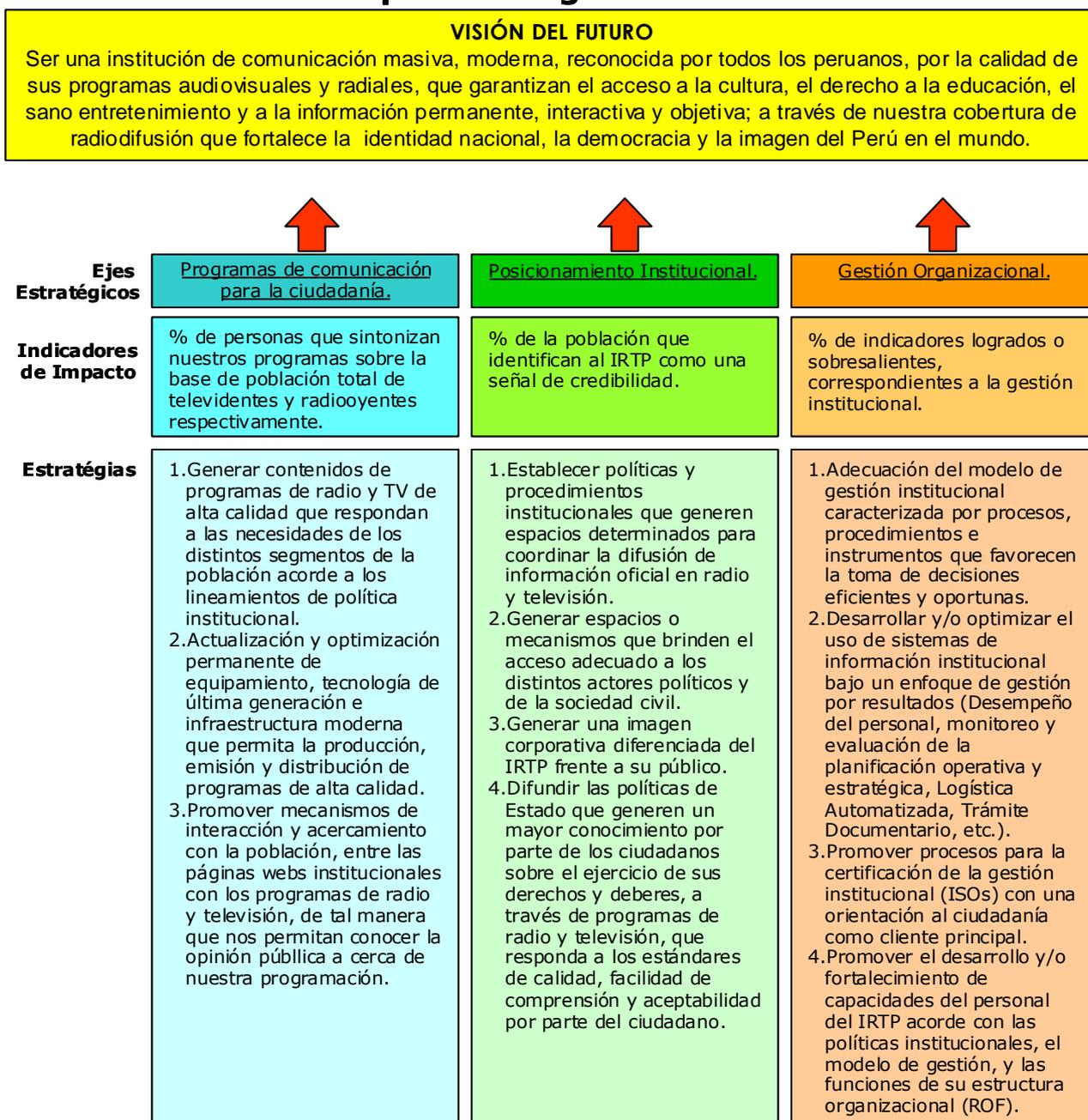
El IRTP figura como Organismo Público Ejecutor que contribuye en 2 Ejes que responde a dos objetivos estratégicos de la PCM y que están relacionados a sus respectivos indicadores como se muestra en el siguiente cuadro:

Ejes, Objetivos Estratégicos e Indicadores del PESEM de la PCM 2007-2011			Como contribuye el IRTP
EJE	Objetivo Estratégico	Indicadores de Impacto	
4. Inclusión y Equidad Social	<b>Objetivo Estratégico PESEM 4:</b>  Lograr la inclusión económica, social, política y cultural, con énfasis en los grupos sociales vulnerables y marginados del país.	Al 2011, la desnutrición crónica infantil en menores de 5 años en zonas rurales, disminuye en 9 puntos porcentuales.	Con información sobre nutrición, dietas alimenticias, buenos hábitos de la alimentación y cuidados dirigidos a madres de niños menores de 5 años con un lenguaje sencillo, a través de microprogramas, viñetas, mensaje cortos televisivos y radiales, que se difunden a nivel nacional, llegando a zonas rurales del país.
		Al 2011, el 70% de los hogares de primer quintil de pobreza acceden a los servicios públicos relacionados con los derechos de identidad, salud-nutrición y educación.	A través de la red de estaciones de radio y televisión que cuenta a nivel nacional el IRTP llega con su señal a este grupo social en pobreza, difundiendo programas, microprogramas y mensajes, que le permitirá acceder a servicios de salud, nutrición, educación, cultura para mejorar su calidad de vida.
		Al año 2011, aumenta en 20 %, el conocimiento de la población en relación a otras costumbres y culturas de nuestro país.	Mediante la programación de televisión y radio, el IRTP da conocer a todo los peruanos el acervo multicultural y riquezas del patrimonio histórico de las diferentes regiones del país, así como sus costumbres, tradiciones, folklore, que se difunde a través de los programas de televisión como: "Costumbres", "Reportaje al Perú", "Gustos y Sabores", "Miski Taki", "Corazón Peruano", "Wayra de los Luceros", etc.)
5. Gobernanza	<b>Objetivo Estratégico PESEM 5:</b>  Fortalecer la gobernabilidad democrática en un marco de seguridad, estabilidad, paz social, concertación y transparencia.	Al 2011 <u>mejora la percepción a cerca del Estado</u> en los afectados por la violencia terrorista de los años 80 al 2000.	Difundiendo en forma objetiva, veraz y oportuna los programas de reparaciones, beneficios y acciones que realiza el Estado a favor de las personas afectadas por la violencia terrorista de las décadas de los años 1980 -2000, difusión mediante reportajes, notas, noticias y otros.
		Al 2011 se ha reducido en 10% la prevalencia anual del <u>consumo de drogas ilícitas</u> en la población escolar.	Con información y orientación dirigidas a la población escolar sobre las consecuencias y los riesgos que genera el consumo de droga, e información también para los padres y profesores, a fin de orientar sobre estos temas a sus hijos y alumnos, a través de programas, microprogramas, viñetas, reportajes, mensaje cortos televisivos y radiales, que se difunden a nivel nacional.
		Al 2011, se ha reducido en un 10% la cantidad de conflictos sociopolíticos a nivel nacional que atenten contra la gobernabilidad.	Brindando una información oportuna, plural, veraz y objetiva a la población, sobre planes, proyectos, programas y acciones de los poderes del Estado, así como también informando oportuna y objetivamente los acontecimientos político y social que contribuyan a evitar y/o reducir en el país los <u>conflictos y convulsiones sociopolíticas</u> que atenten contra la gobernabilidad y el sistema democrático.

## IV. Mapa Estratégico del IRTP

Para alcanzar la visión del IRTP, se han priorizado tres ejes estratégicos orientadores de los objetivos institucionales presentados en el capítulo anterior: **i) Programas de Comunicación para la Ciudadanía, ii) Posicionamiento Institucional y iii) Gestión Organizacional.** Asimismo, la formulación de indicadores de impacto por cada uno de estos ejes y objetivos estratégicos es la expresión tangible que permitirá medir el avance o logro institucional.

### Mapa Estratégico 2010-2014



## V. Indicadores de Impacto y Estrategias por cada Objetivo Estratégico del IRTP

Este capítulo incluye los medios recurrentes y específicos necesarios para asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos. Estos medios se refieren a los indicadores de impacto y estrategias que se han formulado por cada uno de los objetivos y que a partir de estos componentes se establece el puente necesario para operacionalizar el Plan Estratégico con el Plan Operativo Institucional.

En relación a las Acciones Principales e Indicadores de Producto sobre los cuáles se realizará el seguimiento o monitoreo de la gestión institucional se encuentran señalados en el Anexo del presente informe.

Ejes	Objetivos Estratégicos	Indicadores de Impacto	Estrategias
Programas de Comunicación para la Ciudadanía	Difundir programas de calidad que sean aceptados por diversos segmentos de la población a nivel nacional, orientados a fortalecer la identidad nacional, brindando soporte a la gobernabilidad y promoviendo la democracia e inclusión social.	% de personas que sintonizan nuestros programas sobre la base de población total de televidentes y radio oyentes respectivamente	Generar contenidos de programas de radio y televisión de alta calidad que respondan a las necesidades de los distintos segmentos de la población acorde a los lineamientos de política institucional.
			Actualización y optimización permanente de equipamiento, tecnología de última generación e infraestructura moderna que permita la producción, emisión y distribución de programas de alta calidad.
			Promover mecanismos de interacción y acercamiento con la población, entre las páginas webs institucionales con los programas de radio y televisión, de tal manera que nos permitan conocer la opinión pública a cerca de nuestra programación.

Ejes	Objetivos Estratégicos	Indicadores de Impacto	Estrategias
<b>Posicionamiento Institucional</b>	Posicionar una imagen institucional sólida e independiente apoyando las políticas de Estado y generando una opinión pública que consolide su credibilidad.	% de población que identifican a IRTP como una señal con credibilidad	Establecer políticas y procedimientos institucionales que generen espacios determinados para coordinar la difusión de información oficial en radio y televisión.
			Generar espacios o mecanismos que brinden el acceso adecuado a los distintos actores políticos y de la sociedad civil.
			Generar una imagen corporativa diferenciada del IRTP frente a su público.
			Difundir las políticas de Estado que generen un mayor conocimiento por parte de los ciudadanos sobre el ejercicio de sus derechos y deberes, a través de programas de radio y televisión, que responda a los estándares de calidad, facilidad de comprensión y aceptabilidad por parte del ciudadano.
<b>Gestión Organizacional</b>	Lograr ser una institución moderna, eficiente y eficaz basada en una gestión por resultados, con un potencial humano competente y especializado en el quehacer institucional.	% de indicadores logrados o sobresalientes correspondientes a la gestión institucional.	Adecuación del modelo de gestión institucional caracterizada por procesos, procedimientos e instrumentos que favorecen la toma de decisiones eficientes y oportunas.
			Desarrollar y/o optimizar el uso de sistemas de información institucional bajo un enfoque de gestión por resultados (Desempeño del personal, monitoreo y evaluación de la planificación operativa y estratégica, Logística Automatizada, Trámite Documentario, etc.).
			Promover procesos para la certificación de la gestión institucional (ISOs) con una orientación a la ciudadanía como cliente principal.
			Promover el desarrollo y/o fortalecimiento de capacidades del personal del IRTP acorde con las políticas institucionales, el modelo de gestión, y las funciones de su estructura organizacional (ROF).

## **ANEXOS**

---

**Anexo I. Matriz del Plan Estratégico Institucional 2010-2014 - Objetivos Estratégicos e Indicadores de Impacto  
INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERÚ**

Eje	Objetivo Estratégico 1	Indicador de Impacto	Estrategia	Acciones / Tácticas	Indicador	Unidad de Medida	Metas		Responsable	Apoyo
							2010	2011		
Programas de Comunicación para la Ciudadanía	Difundir programas de calidad que sean aceptados por diversos segmentos de la población a nivel nacional, orientados a fortalecer la identidad nacional, brindando soporte a la gobernabilidad y promoviendo la democracia e inclusión social.	% de personas que sintonizan nuestros programas sobre la base de población total de televidentes y radio oyentes respectivamente	1. Generar contenidos de programas de radio y televisión de alta calidad que respondan a las necesidades de los distintos segmentos de la población acorde a los lineamientos de política institucional.	1.1 Realizar sistemáticamente investigación de mercados para el diseño y producción de información de programas de radio y televisión.	Nº de estudios de mercado realizados	Estudios de Investigación de mercados	2	2	G. Comercialización	Televisión, prensa y radio y Teleducación
				1.2 Generar ingresos directamente recaudados a través de auspicios y patrocinios de nuestra programación, considerados dentro del estándar de comunicación empresarial del IRTP.	% de RDR en relación al total del presupuesto anual del IRTP (52 millones)	Soles	3 millones	G. Comercialización	Televisión, prensa y radio y Planificación	
				1.3 Diseñar y evaluar la política institucional que determine los estándares de calidad para la producción de programas de radio y televisión.	Documento aprobado de política de estándares de calidad para la producción de programas de radio y televisión	Documento	1	1	G. Teleducación	
				1.4 Disponer de contenidos de producción propia, co-producción, adquisición u otro, que promuevan cultura, valores, información y sano entretenimiento.	Documento aprobado de estructura de Programación de Radio y televisión	Documento	1	1	G. Televisión y G. Radio	Teleducación, Prensa y Planificación
				1.5 Diseñar e implementar un sistema de monitoreo y evaluación de los procesos y resultados logrados.	Diseño de Sistema de Monitoreo aprobado (considerar línea de base).	Documento	1		Oficina General de Planificación y Desarrollo	OIE, Televisión, Prensa, Radio, Teleducación, Comercialización
					Sistema de monitoreo implementado (considera línea de base).	Sistema		1	OIE y OGPD	GAF, Televisión, Prensa, Radio, Teleducación, Comercialización

Eje	Objetivo Estratégico	Indicador de Impacto	Estrategia	Acciones / Tácticas	Indicador	Unidad de Medida	Metas		Responsable	Apoyo	
							2010	2011			
			2. Actualización y optimización permanente de equipamiento, tecnología de última generación e infraestructura moderna que permita la producción, emisión y distribución de programas de alta calidad.	2.1 Diseñar e implementar mecanismos administrativos para las adquisiciones y/o contrataciones de equipos técnicos y tecnología.	Proyecto de Norma que estipula un procedimiento especial de simplificación administrativa para el proceso de adquisición y contrataciones	Reuniones	4	4	Gerencia general	Todas las gerencias	
				2.2 Garantizar el servicio de capacidad satelital para la distribución de las señales de radio y televisión a nivel nacional.	Contratación de capacidad satelital.	Capacidad Satelital		1		Gerencia Técnica	OGAL y GAF
				2.3 Elaborar diagnóstico y propuesta de proyectos respecto a las necesidades de equipamiento, tecnología e infraestructura; que permita la planificación e implementación oportuna y que responda a los requerimientos de actualización de última generación.	N° de Diagnósticos realizados	Documento		1	1	Gerencia Técnica	Planificación, Televisión, Prensa, Radio, Teleducación, OIE
					N° de proyectos propuestos	Cartera de Proyectos		1	1	Gerencia Técnica	Planificación, Televisión, Prensa, Radio, Teleducación, OIE
				2.4 Implementación del Proyecto de Televisión Digital Terrestre (TDT).	Acondicionamiento e instalación de sala de prensa digital	Sala de prensa		1		GAF	Prensa, Técnica
					Piloto de Televisión Digital implementado	Piloto de TV Digital		1		Técnica	Televisión, Prensa, GAF
					Elaboración, aprobación y viabilidad de preinversión del Proyecto de TV Digital	Estudios de pre inversión		1		OGPD	Técnica, Televisión, Prensa, Teleducación, GAF, Filiales
					Financiamiento del Proyecto de TV Digital aprobado	Financiamiento			1	GG	OGPD
					Proyecto implementado	Proyecto de TV Digital			1	Comisión G.Técnica, OGPD, GAF	Televisión, Prensa, Teleducación, Filiales

Eje	Objetivo Estratégico	Indicador de Impacto	Estrategia	Acciones / Tácticas	Indicador	Unidad de Medida	Metas		Responsable	Apoyo
							2010	2011		
				2.5. Mejoramiento y/o ampliación de la red de distribución de la señal de Radio y Televisión y otros sistemas de transmisión disponibles.	Nivel de operatividad	Porcentaje	100%	100%	Gerencia Técnica	Filiales, OIE, Planificación
					Nº de estaciones nuevas (plan de expansiones)	Estaciones	10	10	Gerencia Técnica	Filiales
					Recuperación de la cobertura de radio y TV	Habitantes	20%	20%	Gerencia Técnica	Filiales, OIE, Planificación
				2.6 Diseñar e implementar un programa de capacitación técnica especializada en tecnología digital terrestre (TDT), al equipo involucrado en la cadena de producción de programas en HD.	Nº Personas aprobadas en la capacitación de Tecnología Digital Terrestre	Personas	100	100	GAF	Televisión, Prensa, Gerencia Técnica, Teleducación
					3. Promover mecanismos de interacción y acercamiento con la población, entre las páginas webs institucionales con los programas de radio y televisión, de tal manera que nos permitan conocer la opinión pública a cerca de nuestra programación.	3.1 Diseñar programas de Televisión que interactúen con el público a través de la página web, promoviendo una mayor participación de la población.	Nº personas que participan en la web y/o otros medios de contacto con el IRTP en relación a los programas de TV y Radio	Personas	30000	50000
			3.2 Realizar convenios con el Ministerio de Educación para apoyar en las tareas de la población escolar.	Documento de convenio suscrito		Documento	1		Teleducación	OGAL, Planificación, Comercialización, TV, Radio
			3.3 Diseñar en las Página Webs de TV-Perú y Radio Nacional mecanismos de fidelización que permitan interactuar y promover nuestros contenidos con el público usuario.	Número de convocatorias al público mediante la web.		Convocatoria	12	12	Teleducación	OIE, Comercialización, TV, Radio
				Número de personas que responden a las convocatorias hechas mediante al web.		Personas	3000	5000	Teleducación	OIE
			3.4. Diseñar y producir una programación que promuevan la inclusión social.	Nº de horas transmitidas.		Horas	360	720	Televisión	Prensa
			Eje	Objetivo Estratégico 2	Indicador de Impacto	Estrategia	Acciones / Tácticas	Indicador	Unidad de Medida	Metas
							2010	2011		

Posicionamiento Institucional	Posicionar una imagen institucional sólida e independiente apoyando las políticas de Estado y generando una opinión pública que consolide su credibilidad.	% de población que identifican a IRTP como una señal con credibilidad	1. Establecer políticas y procedimientos institucionales que generen espacios determinados para coordinar la difusión de información oficial en radio y televisión.	1.1 Sustento técnico de los beneficios de una pantalla planificada y ordenada.	Hábitos de consumo de medios de comunicación masiva por grupos etáneos, NSE, Zonas urbanas y rurales	Estudio	1	1	Comercialización	OGPD, Teleeducación, TV y Radio
				1.2 Coordinación con Presidencia de la República, Congreso y PCM, sobre la emisión de las actividades oficiales en el canal con base a la relevancia de los contenidos.	Número de acuerdos	Documento	3	3	Presidencia	GG, Comercialización
			2. Generar espacios o mecanismos que brinden el acceso adecuado a los distintos actores políticos y de la sociedad civil.	2.1 Canalizar la información de los principales actores políticos y de la sociedad civil con la finalidad de identificar inquietudes, sugerencias y aportes, con relación al cumplimiento de nuestra misión y visión como IRTP.	Nº de Propuestas recibidas	Propuesta	5	5	Oficina de Imagen Institucional.	GG, Comercialización, OGAL
					Nº propuestas atendidas	Propuesta	5	5	Oficina de Imagen Institucional.	GG, Comercialización, OGAL
			3. Generar una imagen corporativa diferenciada del IRTP frente a su público.	3.1 Diseñar mecanismos para la promoción de la imagen corporativa institucional de manera sostenida y autónoma.	Nº de eventos /actividades de promoción realizadas	Eventos	4	4	Comercialización y Oficina de Imagen Institucional.	Teleeducación, OGPD
				3.2 Difundir la imagen de la institución hacia el público interno de la empresa.	Nº de participantes	Personas	1000	1000	Comercialización y Oficina de Imagen Institucional.	Teleeducación, OGPD
			4. Difundir las políticas de Estado que generen un mayor conocimiento por parte de los ciudadanos sobre el ejercicio de sus derechos y deberes, a través de programas de radio y televisión, que responda a los estándares de calidad, facilidad de comprensión y aceptabilidad por parte del ciudadano.	4.1 Establecer alianzas estratégicas con entidades del Estado para producir y difundir campañas de los sectores que contribuya a la Misión y Visión del IRTP y las políticas del Estado. (Educación, transporte, PCM, MEF, salud, interior, MINDES, defensa, INC, Produce, etc.... todos)	Nº de alianzas estratégicas realizadas	Convenios	3	3	OGPD, Comercialización	Teleeducación y Televisión
					Nº de producciones y emisiones realizadas	Programas	5	5	Teleeducación	Comercialización, GAF
					Nº horas de programas en convenio difundidas	Horas	30	30	Televisión (Programación)	Teleeducación
				4.2 Implementar el sistema de close caption para el lenguaje de sordo mudos en programas informativos.	Nº de noticieros que incluyen close caption	Noticieros	1080	1080	Prensa	Televisión y Teleeducación
				4.3 Implementar la difusión de programas informativos en idioma quechua.	Second Audio Program piloto implementado.	Piloto	1	1	Prensa	Televisión, Teleeducación y G. Técnica

Eje	Objetivo Estratégico 3	Indicador de Impacto	Estrategia	Acciones / Tácticas	Indicador	Unidad de Medida	Metas		Responsable	Apoyo
							2010	2011		
Gestión Organizacional	Lograr ser una institución moderna, eficiente y eficaz basada en una gestión por resultados, con un potencial humano competente y especializado en el quehacer institucional.	% de indicadores logrados o sobresalientes correspondientes a la gestión institucional.	1. Adecuación del modelo de gestión institucional caracterizada por procesos, procedimientos e instrumentos que favorecen la toma de decisiones eficientes y oportunas.	1.1 Elaborar ROF y CAP	ROF y CAP aprobados	Documento	2		OGPD	Todas las gerencias
				1.2 Elaborar MOF y RIT	MOF y RIT aprobados	Documento		2	OGPD	Todas las gerencias
				1.3 Elaborar el Presupuesto por resultados, PAP, PAC 2010 y 2011	Documentos de Presupuesto y otros aprobado	Documento	3	3	GAF y OGPD (Presupuesto por Resultados)	Todas las gerencias
				1.4 Revisar el PEI 2010-2014, Reformular el POI 2010, Elaborar el POI 2011	Documentos de planeamiento aprobados	Documento	2	1	OGPD	Todas las gerencias
				1.5 Elaboración y actualización de manuales de procedimientos de la línea de producción de TV, Radio y Prensa.	Número de manuales aprobados	Manual	2	1	OGPD	Todas las gerencias
				1.6 Elaboración y Actualización del TUPA	Documento de TUPA aprobado	Documento	1		OGPD	Todas las gerencias
				1.7 Revisión y reformulación de directivas con procesos simples y eficientes.	Número de directivas reformuladas y vigentes	Documento	2	1	OGPD	Todas las gerencias
			2. Desarrollar y/o optimizar el uso de sistemas de información institucional bajo un enfoque de gestión por resultados (Desempeño del personal, monitoreo y evaluación de la planificación operativa y estratégica, Logística Automatizada, Trámite Documentario, etc.).	2.1 Diseño e implementación de un sistema integrado de información del IRTP, que incluya indicadores de control estratégico, procesos y resultados.	Sistema Integrado de Información IRTP funcionando	Sistema	1		OIE	OGPD
				2.2 Difundir contenidos de Radio y Televisión a nivel nacional.	Número de señales de contenido único de Televisión a nivel nacional	Señal	1	1	G-técnica	GTV, teleeducación, prensa, radio, filiales
					Número de señales de contenido digital de Televisión digital a nivel Lima y Callao.	Señal	1	1		

					Número de señales de contenido único de Radio a nivel nacional.	Señal	1	1		
--	--	--	--	--	---	-------	---	---	--	--

Eje	Objetivo Estratégico 3	Indicador de Impacto	Estrategia	Acciones / Tácticas	Indicador	Unidad de Medida	Metas		Responsable	Apoyo
							2010	2011		
			3. Promover procesos para la certificación de la gestión institucional (ISOs) con una orientación a la ciudadanía como cliente principal.	3.1 Elaborar un diagnóstico para identificar los procesos potenciales para ser certificados.	Diagnostico elaborado	Documento	1	1	OGPD	OIE y Demás gerencias
				3.2 Diseñar e implementar un Plan de adecuación para acceder a los ISOs de calidad.	Plan de Adecuación implementado	Documento		1	OGPD	Gerencia General
			4. Promover el desarrollo y/o fortalecimiento de capacidades del personal del IRTP acorde con las políticas institucionales, el modelo de gestión, y las funciones de su estructura organizacional (ROF).	4.1 Diagnóstico de capacidades versus las necesidades para el Fortalecimiento de RRHH. (Establecer la brecha del perfil profesional).	Diagnóstico de capacidades vs. necesidades de RRHH elaborado.	Documento	1	1	GAF y OGPD	Todas las gerencias
					Plan de Fortalecimiento de Capacidades de los RRHH diseñado	Plan	1	1	GAF	OGPD
					Nº de personal capacitado, con asistencia técnica y/o pasantías.	Personas	100	100	GAF	OGPD
					Número de Técnicos de Avanzada incorporados	Personas	10		GG	GAF Y OGPD
				4.2 Diseñar e implementar una política de gestión del Potencial Humano.	Política de gestión de Potencial Humano implementada	Documento	1	1	OGPD y GAF	Todas las gerencias

# COBERTURA DE LA RED DE RADIO



## LEYENDA

- 34 ESTACIONES DE RADIO FM
- 04 ESTACIONES DE RADIO AM



# COBERTURA DE LA RED DE TELEVISION

