



PERÚ

Presidencia del Consejo de
Ministros

Instituto Nacional de Radio
y Televisión del Perú

TV Perú
Radio Nacional
Radio La Crónica

Matriz de Resultados del Periodo Anual 2014 de Indicadores de Desempeño de la Política Nacional en Materia de Inclusión

Oficina General de Planificación
y Desarrollo


ANEXO N° 03 - INDICADORES DEL SECTOR PCM PARA EL AÑO 2014 BAJO LA SUPERVISIÓN DE OTROS SECTORES
**INDICADORES Y METAS COMPLEMENTARIOS SOBRE POLITICAS NACIONALES DE OBLIGATORIO CUMPLIMIENTO EN EL SECTOR PCM - AÑO FISCAL 2014
(D.S. N° 027-2007-PCM Y MODIFICATORIAS)**

Cod. PN	Política	Materia Política Indicador	Unidad de Medida	Metas Programadas		Ejecución (%)		Logros Alcanzados	Observaciones / Dificultades	Dependencia Responsable
				I Sem	Anual	I Sem	Anual			
6.1	Promover la inclusión económica, social, política y cultural de los grupos sociales tradicionalmente excluidos y marginados de la sociedad por motivos económicos, raciales, culturales o de ubicación geográfica, principalmente ubicados en el ámbito rural y/o organizados en comunidades campesinas y nativas. Cada Ministerio e institución del Gobierno Nacional destinará obligatoriamente una parte de sus actividades y presupuesto para realizar obras y acciones a favor de los grupos sociales excluidos.	Porcentaje de emisión de programas de TV educativo-cultural e informativo de carácter inclusivo	Porcentaje	78%	78%	78.4%	81%	En el 2014 superamos el porcentaje proyectado (78%) de horas de emisión con contenido inclusivo alcanzando un total de 7129 que representa el 81 % con respecto al total de horas de emisión. Este año TV Perú optó por una programación alternativa enfocada a nichos desatendidos y olvidados: continuó con la implementación de la franja infantil siendo la única propuesta diaria orientada a este sector, impulsó la difusión de nuevas disciplinas deportivas (como el básquet, surf, polo acuático, automovilismo), logró llevar a pantalla eventos culturales inéditos como el Festival de Cine de Lima, promovió la interculturalidad emitiendo 19 transmisiones en vivo de carácter político, cultural y deportivo, creó franjas y días temáticos para conmemorar fechas especiales (como la celebración del Día de la Cumbia Peruana) y generó nuevos espacios televisivos que han fortalecido el impulso de grupos emergentes como por ejemplo Domingos de Fiesta y Sabados de Fútbol, nuevas venetas para la música popular y el fútbol peruano de Segunda División.	Los archivos fonográficos y audiovisuales que yacen en el seno del IRTP desde la fundación de TV Perú y Radio Nacional, por falta de espacio y adecuadas condiciones técnicas de preservación están deteriorados y en riesgo de pérdida. Ante esta situación el IRTP elaboró el proyecto de inversión pública "Mejoramiento del Servicio de Documentación Audiovisual y Fonográfico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú" - Código SNIP: 174985, que cuenta con la viabilidad, y que luego de una gestión se logró obtener una parte de su financiamiento, que está asignado en el Presupuesto del Pliego del IRTP para el 2015. El proyecto contempla la aplicación de técnicas de restauración, tratamiento archivístico y digitalización de los archivos fonográficos y audiovisuales que yacen en el seno del IRTP. Así mismo facilitarán el acceso en línea al contenido digital de los archivos por parte de periodistas, productores y otros usuarios del área operativa de radio y televisión para la producción de programas y noticieros. La solución tiene un alcance que abarca tanto el archivo histórico como el archivo que se genera a diario.	Gerencia de Televisión / IRTP
6.1	Promover la inclusión económica, social, política y cultural de los grupos sociales tradicionalmente excluidos y marginados de la sociedad por motivos económicos, raciales, culturales o de ubicación geográfica, principalmente ubicados en el ámbito rural y/o organizados en comunidades campesinas y nativas. Cada Ministerio e institución del Gobierno Nacional destinará obligatoriamente una parte de sus actividades y presupuesto para realizar obras y acciones a favor de los grupos sociales excluidos.	Porcentaje de emisión de programas de radio educativo-cultural e informativo de carácter inclusivo	Porcentaje	80%	80%	70.0%	70%	Este indicador de desempeño porcentual registró 70%, con relación a la meta programada anual (80%) que represento un avance del 87%, este indicador mide el porcentaje de emisión alcanzado por los programas en los géneros educativo-culturales e informativos cuyo contenido tiene carácter de inclusivo, como principal atención de la programación de Radio Nacional del Perú; sin embargo cabe aclarar, que la meta programada de 80% para la Política Nacional, se modificó en 70% con el POI 2014 cuya fecha de aprobación fue posterior mediante Acuerdo de Consejo Directivo N°003-03 2014-SCD/IRTP. La población tuvo acceso a la programación de Radio Nacional destacando los programas: "Para Todos" espacio que aglutinó con éxito a las diferentes instituciones a cargo de los servicios del Estado a favor de la ciudadanía. También el programa "Sin Barreras" en convenio con CONADIS, dirigido a las personas con discapacidad. Y otros programas como "Diálogo Abierto", "La Voz del Consumidor", "Diálogo abierto", "Al Día con el Congreso"	Radio Nacional del Perú, fue la primera estación radial que se instaló en el país inaugurada por el Presidente Augusto B. Leguía el 20 de junio de 1925; acorde con el tiempo de la modernidad de entonces, el Estado decidió contruir una poderosa estación de radio que se inauguró en 1937, a la fecha han pasado muchas décadas, actualmente la Radio del Estado requiere la modernización de su equipamiento de producción, y el mejoramiento y ampliación de su Red de Retransmisoras hacia otras ciudades y localidades del territorio nacional, con equipos de última generación. Con este propósito el IRTP elaboró tres (03) estudios de preinversión y que fueron remitidos a la OPI del MTC para obtener su viabilidad, que actualmente estamos a la espera.	Gerencia de Radio / IRTP
6.1	Promover la inclusión económica, social, política y cultural de los grupos sociales tradicionalmente excluidos y marginados de la sociedad por motivos económicos, raciales, culturales o de ubicación geográfica, principalmente ubicados en el ámbito rural y/o organizados en comunidades campesinas y nativas. Cada Ministerio e institución del Gobierno Nacional destinará obligatoriamente una parte de sus actividades y presupuesto para realizar obras y acciones a favor de los grupos sociales excluidos.	Número de spots televisivos con contenidos de promoción de las diversas expresiones étnicas y culturales del país.	Spots televisivos	25	50	288.0%	123	Este indicador registró 123 spots televisivos producidos por TV Perú de promoción de las diversas expresiones multiculturales del país, superando ampliamente la meta semestral programada (50) que representó un desempeño positivo la misma que significó un avance del 246%, este indicador mide el número de spots televisivos producidos, que se emiten por TV Perú diariamente con una frecuencia regular, orientados a promover las multiexpresiones culturales y étnicas existentes en el país		Gerencia de Teleeducación / IRTP
1	Promover la inclusión económica, social, política y cultural de los grupos sociales tradicionalmente excluidos y marginados de la sociedad por motivos económicos, raciales, culturales o de ubicación geográfica, principalmente ubicados en el ámbito rural y/o organizados en comunidades campesinas y nativas. Cada Ministerio e institución del Gobierno Nacional destinará obligatoriamente una parte de sus actividades y presupuesto para realizar obras y acciones a favor de los grupos sociales excluidos.	Número de spots radiales con contenidos de promoción a los valores y las diversas expresiones étnicas y culturales del país.	Spots radiales	20	40	100%	45	Este indicador registró en el año 45 spots radiales producidos por Radio Nacional del Perú de promoción de las diversas expresiones multiculturales y artísticas musicales del país que con relación a la meta programada semestral (40) representó un desempeño del 112%, este indicador mide el número de spots radiales producidos, que se emiten por las estaciones de Radio del Estado diariamente con una frecuencia regular.		Gerencia de Radio / IRTP
6.1	Promover la inclusión económica, social, política y cultural de los grupos sociales tradicionalmente excluidos y marginados de la sociedad por motivos económicos, raciales, culturales o de ubicación geográfica, principalmente ubicados en el ámbito rural y/o organizados en comunidades campesinas y nativas. Cada Ministerio e institución del Gobierno Nacional destinará obligatoriamente una parte de sus actividades y presupuesto para realizar obras y acciones a favor de los grupos sociales excluidos.	Número de campañas de comunicación que permitan a los grupos sociales vulnerables ejercer sus derechos fundamentales, a través del acceso a programas sociales en su beneficio.	Campañas de comunicación							Oficina General de Comunicación Social / PCM
6.4	Garantizar el respeto de los derechos de grupos vulnerables erradicando toda forma de discriminación	N° de spots televisivos con contenidos de promoción del desarrollo social y la protección a favor de los sectores sociales vulnerables del país. (niños, adolescentes, familia, adulto mayor, personas con discapacidad, mujeres, y otros).	Spots televisivos	30	60	140%	79	Este indicador registró 79 spots televisivos producidos por TV Perú de promoción social, que con relación a la meta semestral programada (60) representó un desempeño que significó un avance del 132%, este indicador mide el número de spots televisivos producidos, que se emiten por la pantalla de TV Perú diariamente con una frecuencia regular		Gerencia de Teleeducación / IRTP
6.4	Garantizar el respeto de los derechos de grupos vulnerables erradicando toda forma de discriminación	N° de campañas de promoción del desarrollo social y la protección a favor de los sectores sociales vulnerables del país.	Campañas	2	4	100%	4	Este indicador registró al término del año 4 campañas radiales, producidos por Radio Nacional del Perú para promoción del desarrollo social y apoyo a los sectores sociales, que con relación a la meta programada anual (4) representó un grado de cumplimiento del 100%, este indicador mide el número de campañas radiales producidos, que se emiten por las estaciones de Radio del Estado diariamente con una frecuencia regular sobre la promoción de: <u>La Familia</u> , promoviendo su integración y el respeto; <u>La Equidad de Género</u> , difusión de los derechos de la mujer y la igualdad de oportunidades; <u>La Inclusión</u> , derechos de las personas con discapacidad, así como la promoción de la identidad cultural, y <u>Los Valores Humanos</u> , promoviendo la veracidad, respeto, honestidad, puntualidad y otros.		Gerencia de Radio / IRTP