



PERÚ

Ministerio de Cultura

Instituto Nacional de  
Radio y Televisión del  
Perú

TV Perú  
Radio Nacional  
Radio La Crónica

# Resultado Anual 2016 de los Indicadores de Desempeño del IRTP



Oficina General de Planificación  
y Desarrollo

MATRIZ DE RESULTADOS DE INDICADORES DE DESEMPEÑO ANUAL 2016

Entidad: Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú  
ANO: Anual 2016

Producto o actividad prioritaria	Indicador Priorizado	Unidad de medida	Programación	Meta anual (a)	Ejecución			Avance (%)	Logros Obtenidos	Problemas Identificados	Medidas Correctivas	Unidad Responsable
			I SEMESTRE		I SEM (b)	II SEM (c)	Total (d)					
Difundir contenidos de radio y televisión orientados a atender necesidades educativas, culturales e informativas de la población; para contribuir a su formación y desarrollo, en especial a los sectores sociales vulnerables y excluidos del país que tienen limitado acceso a los servicios sociales.	Emisión de programas de TV educativo-cultural e informativo de carácter inclusivo.	Porcentaje	75%	75%	79.8%	82%	82%	109	<p>TV Perú como primera cadena de televisión del país, y con mayor producción y difusión de programas culturales, durante el 2016, a través de su señal generalista Canal 7 y de TV Perú 7.1 emitió un total de 7.212 horas de programación con contenido educativo-cultural e informativo alcanzando un porcentaje de 82% lo cual evidencia que la meta proyectada (75%) fue superada en este periodo, que significó un avance del 109%, este indicador mide el porcentaje en función a las horas de emisión de programas de televisión en los géneros educativo-culturales e informativos.</p> <p>El Canal del Estado ha mantenido informada a la población y promovido las diversas expresiones multiculturales y étnicas de nuestras regiones, revalorando el patrimonio histórico y difundiendo sus recursos naturales y turísticos, generando oportunidades de desarrollo social y económico, que contribuyó a mejorar el bienestar de la población y su calidad de vida, en el marco de las políticas de Estado de inclusión social y la gobernabilidad.</p> <p>Señales que operan las 24 horas del día, que se distribuyen mediante la Red Nacional de televisión que cuenta con 292 estaciones retransmisoras, cuyos contenidos benefician en especial a la población de las zonas rurales y de frontera alejadas, que tienen limitado acceso a los servicios públicos, y que TV Perú con su programación mantiene la presencia del Estado en estas localidades, con información sobre servicios básicos de salud, saneamiento, educación, promoción social, técnicas, derechos y deberes ciudadanos, servicios públicos, entre otros.</p>	<p>1. Limitados recursos presupuestales para elevar la calidad de los programas y renovar con contenidos que promuevan la diversidad cultural del país, a través de sus 4 plataformas de TV digital.</p> <p>2. No se cuenta con servidores para el control maestro, este equipo aliviará la carga en el servidor K2, el cual actualmente contiene material para la emisión de los programas, promociones y comerciales. Toda esto sigue generando sobre carga de archivo. Falta de back up inmediato.</p> <p>3. Se requiere el aislamiento de los controles maestros de nuestras 4 señales. Hasta la fecha el ambiente en el cual se encuentra el control maestro de la señal SD es compartido con el control de la señal 7.3, este caso se repite con la señal HD y 7.4, que perjudica la tarea y operatividad por el constante tráfico de personal y hacinamiento.</p> <p>4. El traslado de los archivos audiovisuales del servidor LTO (que almacena todas las colecciones de programas emitidos a manera de una videoteca virtual) al servidor K2 para su emisión al aire, no es inmediato. El flujo de trabajo es lento debido a que el ancho de banda es insuficiente para esta labor y con la múltiple utilización por parte de las Gerencias de Televisión y de Prensa para el traslado de sus archivos a lo largo del día, obliga a colapsar los procesos dejándolos en cola durante varias horas.</p>	<p>1. Agilizar la solicitud de compra del servidor de comerciales para aliviar la sobre carga de archivos en un solo servidor.</p> <p>2. Respecto a la independencia de cada control maestro, estamos a la espera del traslado que indican será en el mes de agosto.</p> <p>3. Se recomienda que el área Técnica realice un diagnóstico del problema del tráfico de archivos audiovisuales del LTO hacia el servidor de emisión y viceversa, así como las demoras que esto genera para su uso óptimo a fin de determinar si la compra de un servidor que independice los procesos de las Gerencias de Prensa y Televisión, un replanteamiento del manejo del servidor por parte de los usuarios o la ampliación del ancho de banda, son la solución a esta dificultad.</p>	GTV/IRTP
	Emisión de programas de Radio educativo-cultural e informativo de carácter inclusivo.	Porcentaje	70%	70%	70%	70%	70%	100	<p>El número de población beneficiaria que tiene acceso a la señal de Radio Nacional del Perú es de 5'579,443 que representa a 1'170,513 de hogares. En este periodo el indicador "Porcentaje de Emisión de Programas de Radio educativo-culturales e informativos, de carácter inclusivo" registro 70% logrando cumplir la meta anual programada (70%) que representó un desempeño del 100%, esta programación tiene carácter inclusivo, como principal atención de Radio Nacional del Perú.</p>	<p>1. Dificultades de funcionamiento en la plataforma de automatización AUDIO VAULT.</p> <p>2. La carencia de una unidad móvil permanente para el área de Programación-Producción impide que nuestras transmisiones desde exteriores sean más frecuentes.</p> <p>3. Nuestros celulares son poco funcionales e impiden que el trabajo reporterial garanticen calidad y sostenibilidad en directo, así como mal envío de material para ser usado en redes sociales y web.</p>	<p>1. Urgente reposición del sistema de automatización AUDIO VAULT por sus recurrentes fallas debido a que ha superado el tiempo de vida útil.</p> <p>2. Adquirir celulares de última generación, que permitirían optimizar el trabajo en vivo y a nivel de página web y redes sociales.</p> <p>3. Reponer la señal streaming para conseguir mayor audiencia a través de la página web.</p>	GR/IRTP
Difundir campañas de servicio público y promoción de valores.	Campañas televisivas de servicio público y promoción de valores.	Número	6	12	4	14	18	150	<p>Se difundió la campaña siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>"Prepárate Perú", organizada por el Ministerio de Agricultura y Riego, tuvo como objetivo sensibilizar a la población sobre los efectos que podría ocasionar el Fenómeno El Niño.</li> <li>La campaña "Prevención Fenómeno El Niño" realizada por TV Perú se difundió a través de las señales SD, HD y 7.3 En esta campaña se emitieron spots, con diversos tips a la población, para prevenir desastres naturales ante el Fenómeno El Niño.</li> <li>Contribuyendo con la preparación de la población ante un eventual sismo de gran magnitud difundimos por nuestra señal generalista (TV Perú 7.2) elaborado por INDECI, para informar sobre el simulacro.</li> <li>Se emitió un spot realizado por la Comisión Nacional Antidopaje (CONAD) como parte de su campaña, dirigida a la Sociedad Deportiva Peruana, para incentivar el deporte limpio y concientizar sobre los peligros de utilizar sustancias dopantes</li> </ul>			GTV/IRTP
Elaborar y difundir a través de tips y spots, mensajes televisivos de servicio público a favor de la cultura, valores y derechos ciudadanos.	Mensajes radiales de interés público dirigidos a los ciudadanos.	Número	12	24	12	12	24	100	<p>En cuanto a la elaboración y difusión de mensajes de servicio de interés público, cumplimos con la meta planificada de dos motivos por mes, es decir, doce hasta este momento. Los motivos difundidos en lo que va del año son: Vacaciones útiles, Cómo prevenir accidentes caseros, Se dice así 1, Matrícula escolar, Derechos del consumidor, Contra la discriminación, Leer es un placer, Mente sana, Navegante seguro, Se dice así 2, No a la droga, Cuidado del ambiente. Asimismo, se continúa con la difusión de campaña de valores.</p>			GR/IRTP
	Spots televisivos que promueven campañas a favor de la cultura, valores y derechos ciudadanos.	Número	7	14	8	8	16	114	<p>Se diseñaron y elaboraron spots para las siguientes campañas: Transmisión de Festividades Culturales, Spots campañas FEN, Spots sobre cobertura de Campaña Electoral, Debate Presidenciales, Cobertura Elecciones, Transmisión de Mitines de Candidatos, Película Sigo Siendo y Bodas de Oro Amada Portales.</p>			GTE/IRTP

