



PERÚ

Ministerio de Cultura



INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ

# INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ

## PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2017- 2019



OFICINA GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO  
MARZO 2017

## **MINISTRO DE CULTURA**

Salvador del Solar Labarthe

## **CONSEJO DIRECTIVO DEL IRTP**

Hugo Coya Honores - Presidente Ejecutivo  
José Francisco Perla Anaya - Vicepresidente del Consejo Directivo  
Lorenzo Mario Canepa Ricketts - Miembro del Consejo Directivo  
Hugo David Aguirre Castañeda - Miembro del Consejo Directivo

## **GERENTE GENERAL**

Felipe Bérmínzon Vallarino

## **DIRECTOR GENERAL DE LA OFICINA GENERAL DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO**

Raúl Fernández Víneces

## **EQUIPO TÉCNICO**

- Eduardo Reyes Morales
- Josué Vilcapoma Torres
- Mario Samamé Espino
- Simona Pirlac
- Silvia Villena Llerena
- Luis Flores Espinoza
- Susana Gálvez Polo
- Giannina Calderón Cahuana
- Benito Carmona Guevara
- Edwin Alberto Guevara Villar
- Raúl Jesús Palomino Amblodegui
- Ruth García Florentino
- Marco Jamanca Shuan
- César Coronado Ugarte
- Francisco Burga Samamé
- Pamela Rubiños Rubianes
- Fátima Escudero Lam
- John Lossio Hawkins
- Milagros Añi Figueroa
- Jorge Luis Angobaldo Torres
- Jorge Saavedra Tamayo
- Carlos Bocangel Samatelo
- Marco Liñan Bulnes
- Enrique Rodrigo López

IRTP © INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ

Av. José Gálvez # 1040 - Lima 1

Teléfono: (511) 619-0707

Dirección URL: <http://www.irtp.com.pe>  
<http://www.tvperu.gob.pe>  
<http://www.radionacional.com.pe>  
<http://www.canalipe.tv>





IRTP  
CONSEJO DIRECTIVO  
Secretaría

**MEMORANDUM N° 036 - 2017- SCD/ IRTP**

A : Sr. Felipe Berninzon Vallarino  
Gerente General

Asunto : Transcripción de Acuerdo

Fecha : Lima, 05 de abril del 2017

Es grato dirigirme a usted para hacer de su conocimiento y fines consiguientes, el acuerdo tomado en sesión del Consejo Directivo N° 006-01-2017-SCD/IRTP, de fecha 30 de marzo de 2017, referente a la aprobación del Plan Estratégico Institucional 2017-2019 del IRTP, que a la letra dice:

**4. ORDEN DEL DIA**

**4.1. PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL 2017-2019 DEL IRTP  
ACUERDO N° 006-01-2017-SCD/IRTP**

Los señores miembros del Consejo Directivo, luego de escuchar la exposición del Gerente General y de haber revisado el Proyecto de Plan Estratégico Institucional 2017-2019 preparado por la Oficina General de Planificación y Desarrollo (Anexo 1 de la Agenda), de acuerdo a lo señalado en el literal e) del artículo 9° del Reglamento de Organización y Funciones-ROF IRTP, aprobado por Decreto Supremo N° 056-2001-ED, acordaron por unanimidad:

1. Aprobar el Plan Estratégico Institucional 2017-2019 IRTP, preparado por la Oficina General de Planificación y Desarrollo.
2. Encargar a la Gerencia General, la remisión del Plan Estratégico Institucional 2017-2019 al CEPLAN.
3. Encargar a la Oficina de Informática y Estadística la publicación del Plan Estratégico Institucional 2017-2019 IRTP en la página web.
4. Dispensar el presente acuerdo del trámite de lectura y aprobación del acta.

Atentamente,

  
Lic. RUTH GARCÍA FLORENTINO  
Secretaría  
CONSEJO DIRECTIVO I.R.T.P.

OGPDN: 224  
PASEA: Edeardo Reyes  
PARA: Conocimiento x  
Jues  
FECHA: 05 ABR. 2017



# CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	4
I. SÍNTESIS DE LA FASE ESTRATÉGICA.....	5
II. MISIÓN .....	10
III. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES .....	11
IV. ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES.....	18
V. RUTA ESTRATÉGICA.....	22
VI. MATRIZ RESUMEN DE OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS .....	24
ANEXOS.....	28
ANEXO I. PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS .....	28
ANEXO II. PLANTILLA DE ARTICULACIÓN .....	29
ANEXO III. FICHA TÉCNICA DE LOS INDICADORES .....	35
ANEXO IV. GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	57



## INTRODUCCIÓN

El Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2019 del IRTP, es el documento que define las líneas estratégicas que van a orientar la gestión institucional del IRTP en el periodo anteriormente mencionado y recoge la misión, los objetivos estratégicos institucionales, acciones estratégicas institucionales y metas institucionales y la ruta estratégica, siendo el documento que permitirá la articulación con las políticas institucionales, las políticas de Estado y las sectoriales, además de mejorar la articulación a nivel institucional, todo esto redundando en una mejora en la calidad de los servicios públicos que IRTP realiza.

El Plan Estratégico Institucional ha sido elaborado convenientemente articulado con el Plan Estratégico Sectorial Multianual del Ministerio de Cultura, sector al que pertenece el IRTP desde 15 de agosto de 2016 de acuerdo al Decreto Supremo N° 061-2016-PCM.

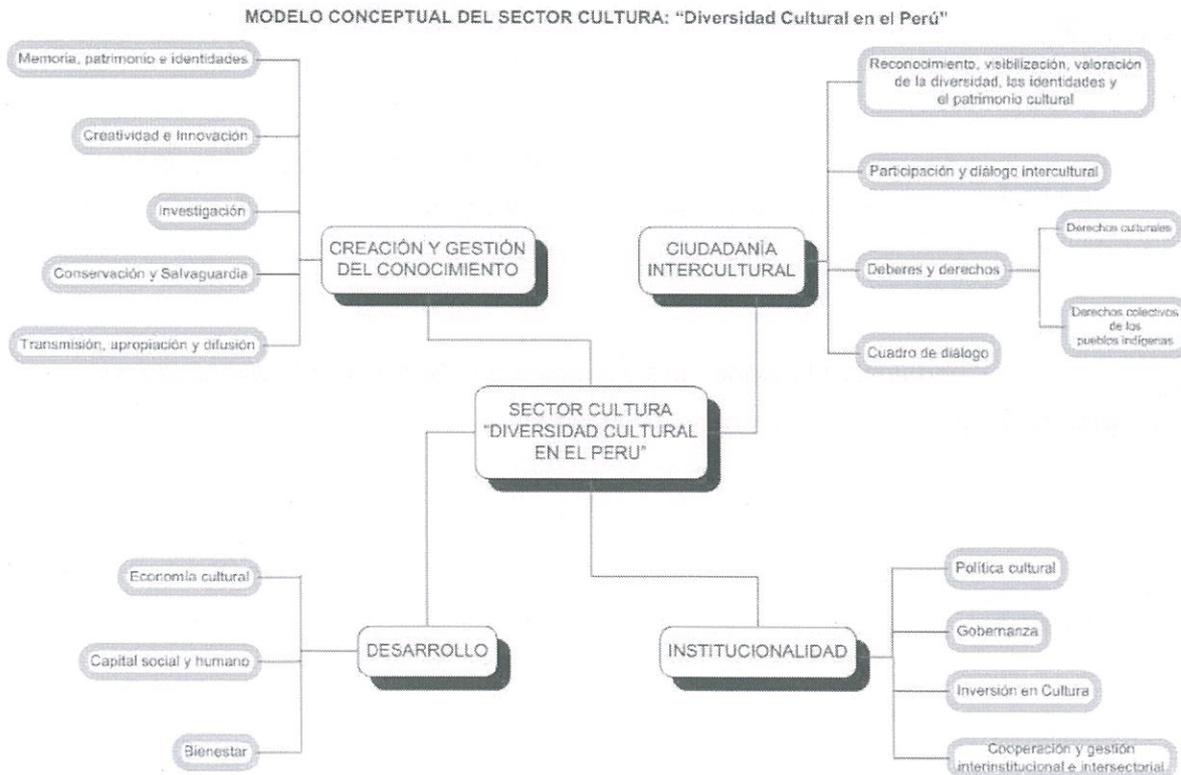
El Plan Estratégico Institucional tendrá una vigencia de tres años, por lo que queda sujeto a revisiones anuales y considera como uno de sus anexos el Plan Operativo Institucional 2017.



## I. SÍNTESIS DE LA FASE ESTRATÉGICA

La diversidad cultural es el eje de la mirada estratégica del Sector Cultura representando el compromiso de largo plazo del Sector, y para poder cumplir con este compromiso se han tomado en cuenta dimensiones que están estrechamente entrelazadas, como son la recuperación y creación sistemática de información y conocimiento, una adecuada toma de decisiones favorables a los derechos culturales y una eficiente administración de los bienes y patrimonios; asimismo, una activa ciudadanía intercultural que use la información y los mecanismos públicos para ejercer sus derechos, bajo el principio de la igualdad en la diferencia; y finalmente, una institucionalidad transversal a estos esfuerzos, que haga sostenible precisamente el uso, creación y valorización del conocimiento, que haga factible el acceso a servicios, bienes, circuitos y capitales para todos y todas, y que sea pertinente culturalmente.

Abajo se detalla el Modelo Conceptual del Sector Cultura: “Diversidad cultural en el Perú”:



### Visión del Sector Cultura:

La visión del Sector establecida en el Plan Estratégico Sectorial Multianual 2017 – 2021 es la siguiente:

***Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible***

Además el Sector Cultura en su Plan Estratégico Sectorial Multianual – PESEM ha establecido tres objetivos estratégicos que señalan los fines o metas que se pretenden alcanzar y que condicionan las acciones que se llevarán a cabo. Los objetivos estratégicos establecidos se detallan en el cuadro de abajo:

**CUADRO N° 01  
OBJETIVOS PESEM- CULTURA 2017-2021**

<b>OBJETIVO</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
<b>Objetivo Estratégico N° 1</b>	<i>Garantizar los derechos culturales de la población, sobre todo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</i>
<b>Objetivo Estratégico N° 2</b>	<i>Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.</i>
<b>Objetivo Estratégico N° 3</b>	<i>Consolidar a la Cultura como un pilar del desarrollo e identidad nacional.</i>



Las acciones estratégicas están relacionadas con la creación de productos (bienes y servicios) que a su vez, contribuyen a la generación del cambio esperado y se detallan en el cuadro de abajo:

**CUADRO N° 02  
OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATEGICAS  
PESEM - CULTURA 2016-2020**

<p><b><i>O.E.1.Garantizar los derechos culturales de la población, sobre todo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</i></b></p>	<p>A.E.1.1. Promover mecanismos a nivel nacional para ejercer los derechos culturales sin discriminación y con equidad de género, asegurando la libertad de identificarse con una o varias comunidades culturales.</p>
	<p>A.E.1.2. Promover el conocimiento, acceso, participación, disfrute y difusión de la diversidad de expresiones culturales y de las memorias históricas.</p>
	<p>A.E.1.3. Posicionar el valor de los derechos culturales y colectivos en la sociedad.</p>
	<p>A.E.1.4. Promover la participación de los diferentes actores culturales en la formulación, implementación y vigilancia de políticas culturales en todos los niveles del estado.</p>
	<p>A.E.1.5. Fomentar la creatividad garantizando la libertad de expresión, proponiendo la implementación de políticas educativas e impulsando la innovación.</p>
	<p>A.E.1.6. Promover condiciones de igualdad para las prácticas e intercambios culturales, con énfasis en las poblaciones y comunidades en situación de mayor vulnerabilidad.</p>
	<p>A.E.1.7. Promover la difusión y circulación de bienes, expresiones, conocimientos y prácticas culturales respetando el marco regulatorio vigente.</p>
	<p>A.E.1.8. Optimizar la gestión coordinada entre los distintos niveles de gobierno y sectores para garantizar el ejercicio de los derechos culturales.</p>
	<p>A.E.1.9. Desarrollar capacidades, conocimiento y oportunidades en la ciudadanía para el ejercicio de sus derechos culturales con enfoque de género.</p>
<p>A.E.2.2. Establecer lineamientos, protocolos y herramientas de gestión para la implementación del enfoque intercultural y las políticas culturales en la gestión del Estado.</p>	
<p>A.E.2.3. Generar información y conocimiento en materia cultural para la toma de decisiones y gestión de políticas públicas en el Estado.</p>	



<p><b>O.E.2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.</b></p>	<p>A.E.2.4. Generar información y evidencia que permita una gestión intercultural mediante el uso de la variable étnica.</p> <p>A.E.2.5. Promover y supervisar que los programas y servicios del Estado se brinden con pertinencia cultural y sin discriminación.</p> <p>A.E.2.6. Fortalecer los procesos y mecanismos participativos y de concertación como espacios de diálogo intercultural en todos los niveles de gobierno.</p> <p>A.E.2.7. Promover el desarrollo de las prácticas culturales y garantizar la protección de las lenguas indígenas y la preservación del patrimonio de los pueblos indígenas.</p> <p>A.E.2.8. Promover la participación de los pueblos indígenas y población afroperuana en la formulación de las políticas públicas en todos los niveles del estado.</p> <p>A.E.2.9. Garantizar la protección de los pueblos en contacto inicial o aislamiento voluntario para que las intervenciones estatales garanticen sus derechos.</p> <p>A.E.2.10. Garantizar la calidad de los procesos de consulta previa y el sistema de monitoreo para la protección de los derechos colectivos y PIACI.</p> <p>A.E.2.11. Promover el desarrollo de lineamientos, programas y acciones para la capacitación de servidores públicos para adquirir competencias interculturales.</p> <p>A.E.2.12. Promover programas de capacitación continua de servidores públicos para la gestión cultural con estándares de calidad.</p> <p>A.E.2.13. Optimizar la gestión coordinada en todos los niveles del estado para erradicar la discriminación étnico-racial y el racismo.</p>
<p><b>O.E.3. Consolidar a la Cultura como un pilar del desarrollo e identidad nacional.</b></p>	<p>A.E.3.1. Impulsar la mejora del marco normativo vinculado al sector cultura, considerando sus particularidades, para el desarrollo, protección y promoción del patrimonio, las industrias culturales, las artes e interculturalidad.</p> <p>A.E.3.2. Asegurar y liderar la protección, investigación, conservación y puesta en valor y uso social del Patrimonio cultural, bajo una agenda de prioridades.</p> <p>A.E.3.3. Implementar programas y acciones para el desarrollo de capacidades de todos los actores vinculados con el sector cultura.</p> <p>A.E.3.4. Generar e impulsar la producción y difusión de información, investigación y conocimientos vinculados al sector cultura.</p> <p>A.E.3.5. Fortalecer las acciones e iniciativas de protección y promoción de la riqueza cultural en todos los niveles de gobierno y en otros actores ligados a la gestión cultural.</p>



	A.E.3.6.Promover la cooperación interinstitucional nacional e internacional y asociaciones público-privada para el desarrollo, protección y promoción del Patrimonio Cultural
	A.E.3.7.Promover una adecuada infraestructura, física y virtual descentralizada, para el desarrollo de las actividades vinculadas con el Patrimonio y la diversidad cultural.
	A.E.3.8.Creación de alianzas con el sector Educación para la elaboración conjunta de programas con pertinencia cultural.
	A.E.3.9.Coordinar e impulsar con el sector Educación la formación y apreciación artística, patrimonio y diversidad cultural en los planes curriculares de las escuelas en todos sus niveles.
	A.E.3.10.Implementación de estrategias de promoción de la diversidad cultural y las memorias históricas.
	A.E.3.11.Implementar incentivos para la investigación, producción, promoción y difusión cultural.
	A.E.3.12.Implementar y mantener un Sistema Integrado de Información Cultural.
	A.E.3.13.Fomentar la creatividad y desarrollo de las industrias culturales y las artes.

Estas directrices comprometen el trabajo de todos sus organismos adscritos, entre ellos el IRTP, con la finalidad de elevar la calidad de los resultados en una sola dirección para lograr la misión articulada a la visión, reflejando la esencia de sus valores con una perspectiva de largo plazo.



## II. MISIÓN

De acuerdo con el artículo 1 del Decreto Legislativo N° 829, se creó el INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ - IRTP, con la finalidad de ejecutar actividades y acciones a nivel nacional de difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento.

Además de ejecutar actividades y acciones a nivel nacional de difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento, el IRTP informa en forma oportuna y veraz a la población y crea espacios para que la sociedad participe emitiendo libremente opiniones y propuestas con el objeto de fortalecer la democracia y una cultura de respeto y paz; desarrolla acciones de producción, emisión y difusión de programas de radio y televisión con el fin de promover las expresiones multiétnicas y pluriculturales de la Nación para coadyuvar a la integración de todos los peruanos y afirmar nuestra identidad nacional y opera los medios de radiodifusión sonora y por televisión de propiedad del Estado.

Teniendo en cuenta el mandato asignado a través de la Ley de Creación, se definió la siguiente misión institucional:

### MISIÓN

**Generar y difundir contenidos audiovisuales de calidad, que promuevan la identidad nacional y el bienestar de los peruanos, a través de nuestras plataformas de comunicación.**



### III. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES

La *fase institucional* implementada en el IRTP en su proceso de planeamiento estratégico busca cristalizar en la gestión los objetivos institucionales, con una mirada estratégica de cambio, estableciendo las acciones y la ruta estratégica que le aseguren el logro de los objetivos.

Los objetivos estratégicos institucionales del IRTP fueron establecidos con la finalidad de asegurar una ruta estratégica que permita el cumplimiento de los objetivos y metas anuales de aquí al año 2019. De esta manera, los objetivos estratégicos institucionales orientan la gestión hacia el logro de los objetivos estratégicos sectoriales.

El objetivo estratégico contiene la descripción de lo que se desea alcanzar, que es medido a través de indicadores y sus correspondientes metas, establecidas en un horizonte temporal del 2017 al 2019.

El Plan Estratégico Institucional del IRTP diseñado para el período 2017-2019 contempla cuatro *objetivos estratégicos* ensamblados con el firme propósito de enfrentarse al desafío de producir y difundir contenidos de calidad accesibles a todos los peruanos y peruanas a través de sus modernas plataformas de comunicación.

El cumplimiento de la misión del IRTP contribuye directamente a los objetivos del Sector Cultura en la medida que se convierte en un medio para cimentar el desarrollo de las políticas públicas y para lograr un país moderno, en donde la población no sea discriminada, que fomenta la creatividad y asume la cultura como un valor.

En el cuadro siguiente se detallan los objetivos institucionales propuestos para el periodo 2017- 2019.

**CUADRO N° 03: OBJETIVOS PEI – IRTP 2017-2019**

O.E.1	<i>Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.</i>
O.E.2	<i>Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</i>



O.E.3	<i>Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.</i>
O.E.4	<i>Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía</i>

***El Objetivo Estratégico N° 1 - Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.***

Durante el periodo (2010 - 2015), el IRTP puso en el aire cuatro plataformas de televisión de señal digital abierta, con una programación diferenciada las 24 horas del día a nivel de Lima Metropolitana.

- ✚ TV Perú 7.1 HD (Alta definición), es la señal de alta definición con la que podemos disfrutar de un contenido claramente diferenciado, de muy alto nivel, con una mejor calidad HD y es también la señal de la TV internacional. Es TVPerú HD, mejor televisión, mejor programación.
- ✚ TV Perú 7.2 SD (generalista) es el canal de todos los peruanos, con la mayor cobertura informativa del país, brindando educación y entretenimiento en su programación, a través de sus diversas producciones, que buscan integrar al Perú en torno a su cultura, costumbres y tradiciones, en todas sus expresiones.
- ✚ TV Perú 7.3 SD Canal de Noticias, es el canal de la señal informativa, periodismo de calidad y una agenda de interés. La señal con todo el acontecer nacional: noticias, entrevistas, conversaciones, reportajes y todas las categorías informativas. Es TVPerú 7.3, la información que necesitas.
- ✚ Canal IPe- Es el Canal en el que ofrecemos contenidos dirigidos a niños y jóvenes con una innovadora programación que reúne producciones locales e internacionales de alta calidad que inspiran a niños y jóvenes a sacar su lado más creativo. #LoMejorDeNosotros.

A través de estas cuatro señales se ofrecen una producción en su mayoría propia y de alta calidad, con contenidos que promueven cultura, valores e identidad nacional, dando a conocer las diversas expresiones multiculturales y étnicas del país, revalorando el patrimonio histórico y difundiendo los recursos naturales y turísticos de las diversas regiones del país.



Además, se mantiene a la población informada de los acontecimientos nacionales e internacionales en forma objetiva y plural, brindando acceso a las diferentes corrientes de opinión participantes en el escenario político, económico y social.

A esto se añaden las dos señales de radio:

- ✦ **Radio Nacional** - la radio del Perú, la emisora que se identifica con nuestra música, difundiendo sus diferentes ritmos, brindando información útil a los ciudadanos y llevando nuestra cultura al mundo a través de internet.
- ✦ **Radio La Crónica** – ofrece la mejor música del recuerdo, con los artistas más recordados de la época dorada del Perú y Latinoamérica.

A través de este objetivo se desea lograr que los contenidos ofrecidos por las plataformas de comunicación sean inclusivos, acorde con las Políticas del Estado y con las del Sector Cultura, e incrementar los contenidos que promueven la cultura, los valores e identidad nacional, para dar a conocer las diversas expresiones multiculturales y étnicas de nuestro país, revalorando el patrimonio histórico y difundiendo los recursos naturales y turísticos de diversas regiones del país y brindando información de manera imparcial, plural, equitativa y en el momento oportuno, contribuyendo de esta manera a fortalecer la democracia y la gobernabilidad del país.

N°	Objetivo Estratégico	Indicador	Línea base 2015	Meta 2017	Meta 2018	Meta 2019	Meta Final
O.E.1.	<i>Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.</i>	Porcentaje de programas rediseñados e implementados.	2%	7%	6%	6%	6%
		Porcentaje de programas de estreno.	22%	9%	8%	8%	8%

**El Objetivo Estratégico N° 2 - Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.**



A la fecha, el IRTP, a través de sus plataformas de televisión y radio se mantiene como el primer medio de comunicación del país, con mayor producción y difusión de programas culturales.

A principios de julio, se lanzó un nuevo Canal de televisión, Canal IPe dirigido a niños y jóvenes y que a través de su gama de programas (actualmente cuenta con 13 producciones nacionales y un total de 50 internacionales) se propone cubrir el vacío en cuanto a “espacios con contenidos infantiles y juveniles en la TV peruana” y ofrecer una alternativa diferente con espacios distintos que buscan reforzar la identidad nacional. En el futuro se pretende aumentar esta importante cifra de programas nuevos y sobre todo de producción interna.

N°	Objetivo Estratégico	Indicador	Línea base 2016	Meta 2017	Meta 2018	Meta 2019	Meta final
O.E.2.	<i>Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</i>	Porcentaje de nuevos programas implementados dirigidos a niños y jóvenes.	100%	89%	71%	71%	71%

**El Objetivo Estratégico N° 3 - *Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.***

Este objetivo se propone conservar la historia del Perú en audio y video teniendo en cuenta que Radio Nacional fue creado en enero 1937 y tiene casi 80 años de historia y el canal del estado fue creado en enero de 1958 y tiene ya casi 59 años de historia.

Este objetivo está relacionado con la ejecución del Proyecto de Inversión Pública: Mejoramiento del Servicio de Documentación Audiovisual y Fonográfico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (código SNIP 174985). El objetivo se propone mejorar la inadecuada organización y gestión institucional de los archivos audiovisuales y fonográficos, la infraestructura física para el almacenamiento del archivo físico. Así mismo, se desea mejorar el proceso de migración digital, capacitar y contratar personal especializado en restauración de los archivos audiovisuales y en tratamiento archivístico.

Este representa un primer paso para la puesta en valor de los materiales recuperados, que servirán de insumos para las producciones internas futuras.



N°	Objetivo Estratégico	Indicador	Línea base 2016	Meta 2017	Meta 2018	Meta 2019	Meta Final
O.E.3.	Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.	Porcentaje de documentos digitalizados.	-	20%	30%	20%	70%

#### **El Objetivo Estratégico N° 4 - Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.**

Sin duda, la razón de ser de IRTP es el negocio de la radio y televisión, pero este no puede explotarse al máximo sin el apoyo de la parte administrativa de soporte y de apoyo; por lo tanto, es necesario contar con una administración moderna, flexible que permita adaptarse de manera oportuna y eficaz a los cambios.

Hasta la fecha, el IRTP ha sido pionero en el mercado de la radio televisión peruana y está a la vanguardia en cuanto a la tecnología pero hay que tener en cuenta que esta experimenta constantes cambios por lo que se tiene que mejorar la tecnología de manera constante, sobre todo teniendo en cuenta que últimamente, la televisión y la radio pierden a pasos rápidos su protagonismo frente al Internet y a nuevos dispositivos como tabletas y teléfonos.

Para esto, se tiene que seguir actualizando y optimizando la infraestructura actual, para poder prestar servicios de calidad y explotar las nuevas plataformas para contenidos digitales.

El IRTP necesita mejorar su comunicación estratégica y su imagen a través de campañas en la prensa, radio, TV y mejorar el proceso de comunicación interna. Además es importante potenciar su imagen entre los ciudadanos, reafirmar y reforzar el compromiso que se tiene con ellos a través de la misión encomendada como entidad del Estado y posicionarse como una entidad que trabaja en beneficio de todos los peruanos y peruanas.

El análisis de los procesos institucionales junto con la estrategia institucional, ha identificado la necesidad de un rediseño de la estructura organizacional acorde con la realidad y con las necesidades de la entidad, además, es necesario mejorar la capacidad de gestión de la institución mediante la implementación de la Política Nacional de Modernización del Estado en cuanto a una mejor planificación, la implementación de la gestión por procesos, introducción de



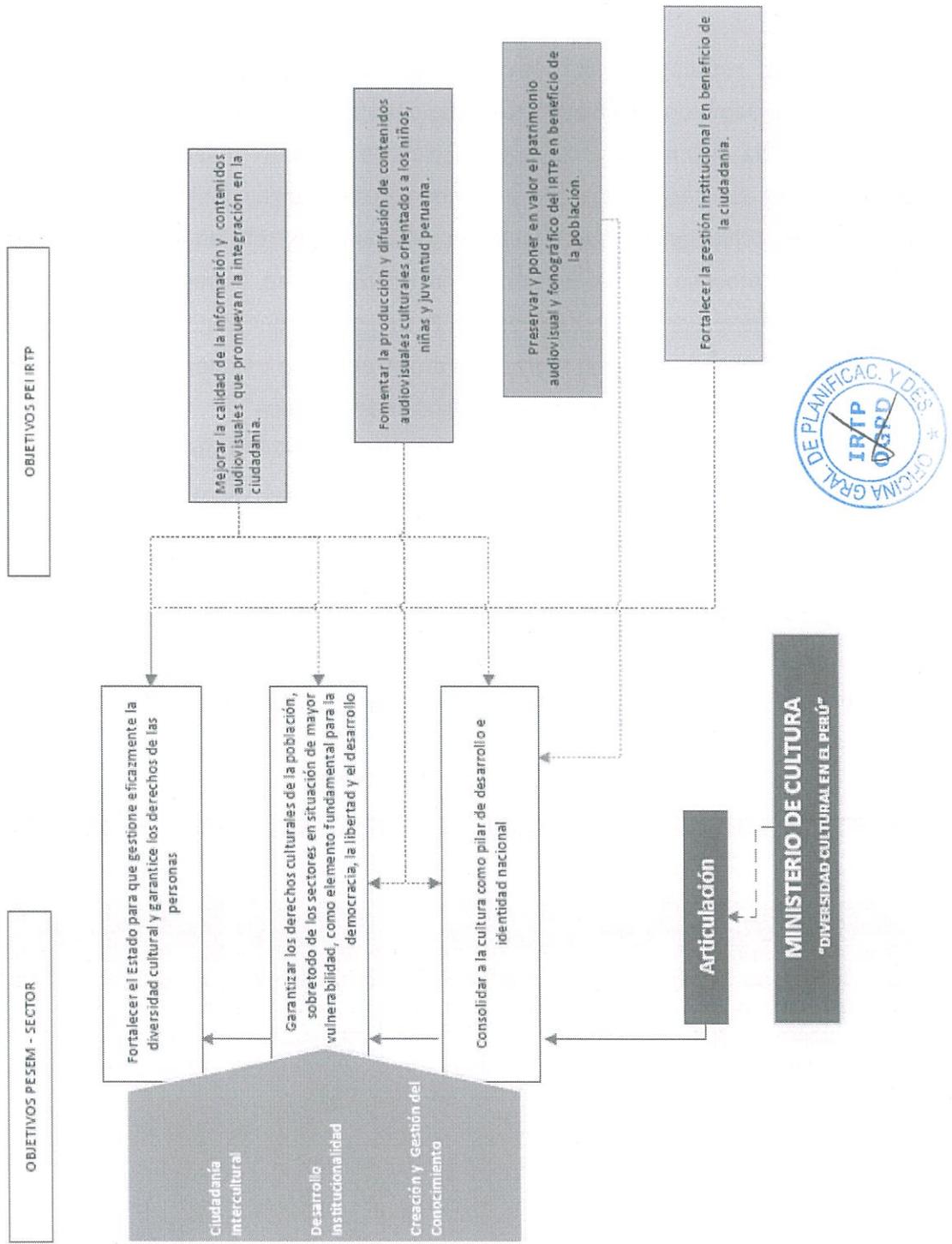
presupuesto por resultados, mejoramiento de los recursos humanos, gestión del conocimiento y el uso de herramientas tecnológicas que permitan que la provisión de sus servicios sea transparente y efectiva.

N°	Objetivo Estratégico	Indicador	Línea base 2016	Meta 2017	Meta 2018	Meta 2019	Meta Final
O.E.4..	<i>Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.</i>	Porcentaje de avance en la actualización de los instrumentos de gestión institucional.	10%	50%	80%	100%	100%

El siguiente gráfico muestra la articulación de los objetivos estratégicos del IRTP con los objetivos del Sector Cultura.



FIG.1. ARTICULACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL SECTOR CULTURA



#### IV. ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES

Las acciones estratégicas institucionales son un conjunto de actividades ordenadas que contribuyen al logro de los objetivos estratégicos institucionales.

Así como lo ha definido la Guía metodológica de CEPLAN “Fase institucional del proceso de planeamiento estratégico”, las acciones estratégicas institucionales se clasifican en acciones estratégicas institucionales tipo A que son acciones que “reflejan los bienes y servicios que se obtienen del proceso de producción de la Entidad, y se entregan al ciudadano, entorno o entidades” y las acciones estratégicas tipo B, de soporte que son “bienes y servicios requeridos por la Entidad para asegurar la realización de las acciones estratégicas tipo A y, de esa manera, asegurar el logro de los objetivos estratégicos institucionales”.

Para alcanzar los Objetivos Estratégicos del PEI 2017-2019 del IRTP se han establecido 9 acciones estratégicas de tipo A que reflejan los bienes y servicios que deberán proveerse a los ciudadanos. También estas acciones estratégicas permitirán alcanzar los objetivos estratégicos institucionales planteados y asimismo, contribuir a alcanzar los objetivos estratégicos sectoriales aprobados en el PESEM del Sector Cultura.

En el cuadro de abajo se detallan las **acciones estratégicas de tipo A**.

#### CUADRO N° 05

#### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2019 DEL IRTP

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
<b><i>O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.</i></b>	A.E1.1. Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as. A.E.1.2 Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.



<b>O.E.2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</b>	A.E.2.1. Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana. A.E.2.2. Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.
<b>O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.</b>	A.E. 3.1. Patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP recuperado. A.E. 3.2. Material audiovisual y fonográfico usado por la población.
<b>O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.</b>	A.E. 4.1. Optimizar el equipamiento y la infraestructura. A.E.4.2. Fortalecer del posicionamiento de la Institución. A.E.4.3. Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional.

Además de las acciones de tipo A, el IRTP ha priorizado **tres acciones estratégicas de tipo B**, que son las acciones relacionadas con el **O.E.4 Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía** y que son prioritarias para la institución y dan soporte transversal a las acciones institucionales de tipo A, desencadenando en actividades en el Plan Operativo Institucional.

Así mismo, el IRTP cuenta con **acciones estratégicas institucionales de tipo C**, que son según la definición de la “Guía metodológica de CEPLAN - Fase institucional del proceso de planeamiento estratégico”, proyectos de inversión pública priorizados en la fase estratégica según la metodología establecida por CEPLAN. Así como lo indica la guía arriba mencionada, este tipo de acciones estratégicas tiene una naturaleza distinta a las acciones A y B pero; “dada la importancia estratégica de estos proyectos, es necesaria su ejecución para alcanzar los objetivos estratégicos institucionales”

Los proyectos de inversión pública priorizados son los siguientes:

**1. Creación del servicio de Radiodifusión Público Cultural -Tv Perú 7.4 del IRTP (Código SNIP: 360603).**

El objetivo del PIP es contar con suficiente producción y transmisión de programas con contenidos culturales en los medios de radiodifusión televisiva de señal abierta en el Perú.



Este PIP se propone proyectar la imagen del Perú al mundo, mediante la producción y programación de contenidos audiovisuales y de otra índole (radiales, multimedia, web) -propios, de calidad y plurales-, con el empleo de medios electrónicos de vanguardia, que garanticen el fomento y acceso a la cultura de los ciudadanos y ciudadanas, con un fin formativo y de manera creativa que sirva de fuente de inspiración para la innovación y el desarrollo.

## **2. Implementación del Sistema de Televisión Digital Terrestre ISDB-T del IRTP en el Perú – territorios I, II, III Y IV (Código SNIP: 145223).**

El objetivo del PIP es: “Brindar a las familias peruanas una señal digital de televisión gratuita con alta calidad en audio y video”.

## **3. Ampliación de la capacidad de producción de los programas televisivos del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (Código SNIP: 348586).**

El objetivo del proyecto es brindar adecuadas condiciones a la institución para la producción de programas de televisión y cobertura de eventos noticiosos y especiales, realizados en locaciones externas al IRTP.

El proyecto de inversión pretende ampliar la capacidad de producción de programas y cobertura de eventos especiales y noticiosos del IRTP, realizados en exteriores haciendo uso de unidades móviles de tipo EFP, DSNG, DENG y EFP/DSNG (híbrida).

Una unidad móvil representa un estudio compacto montado en un vehículo de tamaño variable dependiendo de las necesidades de adquisición de audio y video, el cual es utilizado para coberturas o producciones remotas de eventos en vivo tales como noticias, deportes, actos sociales o políticos, conciertos, grabación de comerciales, producciones dramáticas, entre otros; cuyas imágenes pueden adquirirse, grabarse, editarse o transmitirse a la estación de TV para su difusión inmediata o posterior.

## **4. Mejoramiento del Servicio de documentación Audiovisual y Fonográfico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – (3ra. Etapa). (Código SNIP: 174985).**

El objetivo del PIP es el adecuado servicio de almacenamiento y gestión del contenido físico y digital del archivo audiovisual y fonográfico del IRTP.

Radio Nacional fue creado en enero 1937 y tiene casi 80 años de historia. Se estima que debería tener 540,200 horas de producción conservadas en archivo; sin embargo, solo cuenta con 28,143



horas de producción fonográfica. En el mismo sentido, el canal del estado fue creado en enero de 1958 y tiene casi 59 años de historia. Se estima que debería tener 109,500 horas conservadas en diversos formatos; sin embargo, solo cuenta con 63,655 horas de producción televisiva, lo que significa el 58% del total. El proyecto es una iniciativa que lucha por conservar la historia del Perú en audio y video y es una lucha contra el tiempo porque a medida que este transcurre se reducen las probabilidades de recuperación de los soportes físicos que aún se conservan.

**5. Creación de los centros de producción descentralizados y ampliación de la red de transmisión de Radio Nacional del Perú (Código SNIP: 360876).**

El objetivo del proyecto es que la población peruana acceda a una apropiada comunicación radial por parte del IRTP, contar con un sistema radiofónico que difunde cultura e información sana y oportuna, así como un adecuado entretenimiento: promoviendo valores, identidad nacional, e imagen del Perú; como política de estado.



## V. RUTA ESTRATÉGICA

Para identificación de la ruta estratégica se ha establecido la prioridad de cada uno de los cuatro Objetivos Estratégicos considerados en el PEI 2017-2019 del IRTP. Además se han priorizado las Acciones Estratégicas de cada objetivo, determinándose la ruta estratégica que a continuación se presenta en el cuadro:

PRIORIDAD	OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	PRIORIDAD DE ACCIONES	ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONAL
1	<i>Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.</i>	1	Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as.
		2	Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.
2	<i>Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</i>	1	Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana.
		2	Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.
3	<i>Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.</i>	1	Patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP recuperado.
		2	Material audiovisual y fonográfico usado por la población.
4	<i>Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.</i>	1	Optimizar el equipamiento y la infraestructura.
		2	Fortalecer el posicionamiento de la Institución.
		3	Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional.



Como se exponía líneas arriba, hoy en día los cambios son constantes y rápidos, y la competencia aumenta cada día, además los televidentes y los radioyentes son cada vez más exigentes y piden productos de calidad y novedosos. La calidad de la programación y de los productos realizados tiene que ser prioritaria y para que esto suceda es fundamental tener objetivos claros y saber cuáles son los procesos principales, ya que de la eficiencia y la calidad de estos dependerá la calidad de nuestros productos y servicios.

Contar con una televisión y una radio novedosa, implica fomentar la creatividad, mejorando la producción propia, para que esta refleje los deseos, las inquietudes del público, recogiendo sus ideas, sus sugerencias, sin perder de vista la misión por la cual el IRTP fue creado, la de educar, difundir cultura y entretenimiento sano, además de informar de manera correcta y oportuna, promoviendo las políticas nacionales y contribuyendo al bienestar de todos los peruanos.

Es importante la participación activa y convencida de todos los actores de la organización y la sensibilización de los actores externos para poder conseguir los objetivos de posicionar al IRTP como una entidad que trabaja en beneficio de todos los peruanos.

Además, es importante contar con indicadores estratégicos que permitan medir de manera adecuada el logro de los objetivos y que las metas trazadas impulsen el desarrollo de la institución.



## VI. MATRIZ RESUMEN DE OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATEGICAS

El siguiente cuadro muestra los objetivos estratégicos institucionales 2017- 2019 , los indicadores y las metas institucionales, así como las respectivas acciones estratégicas institucionales con sus indicadores y metas, además de los órganos responsables.

OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR	LINEA DE BASE DEL INDICADOR		VALOR ACTUAL DEL INDICADOR			META			FUENTE DE DATOS	FUENTE DE VERIFICACION	RESPONSABLE DE LA MEDICION DEL INDICADOR	ACCION ESTRATEGICA	INDICADOR	LINEA DE BASE DEL INDICADOR		VALOR ACTUAL DEL INDICADOR			META			FUENTE DE DATOS	FUENTE DE VERIFICACION	RESPONSABLE DE LA MEDICION DEL INDICADOR						
		Valor	Año	Valor	Año	2017	2018	2019	Valor						Año	2016	2017	2018	2019	Valor	Año	2016				2017	2018	2019	Valor	Año	2016
O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales, que promuevan la integración en la ciudadanía.	Porcentaje de programas realizados e implementados.	2%	2015	2%	2016	7%	2017	6%	2018	6%	2019	6%	Gerencia de Televisión - Reporte de mejora de calidad de los programas	Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas de TV	Gerencia de Televisión	A.E.1. Información audiovisual de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as.	Horas de contenidos informativos emitidos de prensa.	1,720	2015	4,652	2016	6,120	2017	6,500	2018	6,150	2019	6,150	Gerencia de Prensa - Reporte de horas de emisión de contenidos de prensa	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de Prensa	Gerencia de Prensa
	Porcentaje de programas de estero	22%	2015	7%	2016	9%	2017	8%	2018	8%	2019	8%	Gerencia de Televisión - Reporte de programación	Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas de TV	Gerencia de Televisión	A.E.2.Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.	Horas de contenidos informativos emitidos de radio	4,440	2015	1,834	2016	2,190	2017	2,800	2018	2,190	2019	2,190	Gerencia de Radio - Reporte de horas de emisión de contenidos de radio	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de Radio	Gerencia de Radio
O.E.2. Promover la diversidad cultural e integración nacional.	Porcentaje de programas de radio que promueven la diversidad cultural e integración.	41%	2015	43%	2016	43%	2017	45%	2018	45%	2019	45%	Gerencia de Televisión - Reporte de programación	Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas de TV	Gerencia de Televisión	A.E.2.Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.	Porcentaje de programas de televisión que promueven la diversidad cultural e integración.	41%	2015	43%	2016	43%	2017	45%	2018	45%	2019	45%	Gerencia de Televisión - Reporte de programación de Televisión	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de televisión	Gerencia de Televisión
	Porcentaje de programas de radio que promueven la diversidad cultural e integración.	57%	2015	60%	2016	60%	2017	60%	2018	60%	2019	60%	Gerencia de Radio - Reporte de programación	Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas de TV	Gerencia de Radio	A.E.2.Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.	Porcentaje de programas de radio que promueven la diversidad cultural e integración.	57%	2015	60%	2016	60%	2017	60%	2018	60%	2019	60%	Gerencia de Radio - Reporte de la programación de Radio	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de radio	Gerencia de Radio



OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	LINEA DE BASE DEL INDICADOR		VALOR ACTUAL DEL INDICADOR		META			FUENTE DE DATOS	FUENTE DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN DEL INDICADOR	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADOR	LINEA DE BASE DEL INDICADOR		VALOR ACTUAL DEL INDICADOR		META			FUENTE DE DATOS	FUENTE DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN DEL INDICADOR	
		Valor	Año	Valor	Año	2017	2018	2019						FINAL	Valor	Año	Valor	Año	2017	2018				2019
O.E.2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.	Porcentaje de nuevos programas implementados dirigidos a niños y jóvenes.	100%	2016	100%	2016	89%	71%	71%	71%	Gerencia de Televisión - Reporte de la programación del Canal dirigidos a niños y jóvenes	Gerencia de Televisión	Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana.	Porcentaje de programas de estreno propios dirigidos a niños y jóvenes.	20%	2016	20%	2016	19%	13%	13%	13%	Gerencia de Televisión - Reporte de programas propios emitidos de estreno	Formatos N° 2 y 3 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe	Gerencia de Televisión
		100%	2016	100%	2016	89%	71%	71%	71%	Gerencia de Televisión - Reporte de la programación del Canal dirigidos a niños y jóvenes	Gerencia de Televisión	Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.	Porcentaje de programas de coproducción realizados.	7%	2016	7%	2016	6%	5%	6%	6%	Gerencia de Televisión - Reporte de coproducciones realizadas	Formatos N° 2 y 3 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe	Gerencia de Televisión
													Porcentaje de formatos enlatados adquiridos.	62%	2016	62%	2016	51%	50%	48%	48%	Gerencia de Televisión - Reporte de adquisiciones de materiales televisivos enlatados	Formatos N° 2 y 3 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe	Gerencia de Televisión



OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR	LINEA DE BASE DEL INDICADOR		VALOR ACTUAL DEL INDICADOR		META			FUENTE DE DATOS	FUENTE DE VERIFICACION	RESPONSABLE DE LA MEDICION DEL INDICADOR	ACCION ESTRATEGICA	INDICADOR	LINEA DE BASE DEL INDICADOR		VALOR ACTUAL DEL INDICADOR		META			FUENTE DE DATOS	FUENTE DE VERIFICACION	RESPONSABLE DE LA MEDICION DEL INDICADOR	
		Valor	Año	Valor	Año	2017	2018	2019						META FINAL	Valor	Año	2017	2018	2019	META FINAL				
O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.	Porcentaje de Documentos digitalizados.	-	2016	-	2016	20%	30%	20%	Gerencia Técnica - Informe del avance de digitalización de documentos audiovisuales	Formatos N°1 y 2 de evaluación de actividades y metas de Gerencia Técnica - documentos audiovisuales	Gerencia Técnica	A.E.4. Patrimonio audiovisual fonográfico del IRTP recuperado.	Porcentaje del Patrimonio Audiovisual y fonográfico recuperado.	-	2016	-	2016	40%	30%	20%	Gerencia Técnica - Secretaría del Consejo Directivo: Reporte del avance de recuperación del patrimonio audiovisual	Formatos N°1 y 2 de evaluación de actividades y metas de Gerencia Técnica - recuperación de documentos audiovisuales	Gerencia Técnica - Secretaría del Consejo Directivo	
						70%																		
												A.E.5. Material audiovisual y fonográfico usado por la población.	Porcentaje de uso de los documentos digitalizados.		2016		2016	25%	25%	25%	25%	Gerencia Técnica - Consejo Directivo: Reporte del volumen de digitalización de documentos digitalizados.	Formatos N°1 y 2 de evaluación de actividades y metas de Gerencia Técnica - documentos digitalizados.	Gerencia Técnica - Secretaría del Consejo Directivo



OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	LINEA DE BASE DEL INDICADOR		VALOR ACTUAL DEL INDICADOR		META			FUENTE DE DATOS	FUENTE DE VERIFICACION	RESPONSABLE DE LA MEDICION DEL INDICADOR	
		Valor	Año	Valor	Año	2017	2018	2019				META FINAL
O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía	Porcentaje de avance en la actualización de los instrumentos de gestión institucional	10%	2016	10%	2016	50%	80%	100%	Gerencia General- Oficina General de Planeación y Desarrollo	Informe de avance de la gestión pública en IRTP	Gerencia General, OGPD	
	Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de televisión	93,8%	2015	95,5	2016	95%	95%	96%	96%	Formab N°3 evaluación de operatividad de la red nacional de TV	Gerencia Técnica. Reporte de operatividad de la Red de TV	Gerencia Técnica
O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía	Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de radio	96,8%	2015	95,2%	2016	95%	95%	97%	97%	Formab N°3 evaluación de operatividad de la red nacional de Radio	Gerencia Técnica. Reporte de operatividad de la Red de Radio	Gerencia Técnica
	Número de convenios interinstitucionales y alianzas estratégicas implementadas	13	2015	16	2016	14	14	48	48	Oficina General de Asesoría Legal. Reportes de convenios suscritos	Oficina General de Asesoría Legal. Reportes de convenios suscritos	OGAL
O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía	Porcentaje del grado del desempeño institucional	98%	2015	94%	2016	95%	95%	100%	100%	Oficina General de Planeación y Desarrollo - Gerencia Administración y Finanzas. Reporte de las métricas financieras registradas en la evaluación del POI y Presupuesto	Oficina General de Planeación y Desarrollo - Gerencia Administración y Finanzas. Reporte de las métricas financieras registradas en la evaluación del POI y Presupuesto	OGPD CAF
	A.E.7 Optimizar el equipamiento y la infraestructura.											
O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía	A.E.8. Fortalecer el posicionamiento de la Institución.											
	A.E.9. Mejorar el rendimiento y el desempeño de la gestión institucional											



## ANEXOS

### ANEXO I. PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS

N°	OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA	ESTADO DEL PIP
1.	O.E.2	Creación del servicio público cultural del IRTP (Canal cultural).	En etapa de pre-inversión
2.	O.E.1	Implementación del Sistema de Televisión Digital Terrestre ISDB-T en el Perú, Territorio I, II, III y IV (TDT).	En etapa de pre-inversión
3.	O.E.1	Ampliación de la capacidad de producción de los programas televisivos del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (Unidades Móviles).	En etapa de pre-inversión
4.	O.E.3	Mejoramiento del Servicio de documentación Audiovisual y Fonográfico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – (3ra. Etapa).	En etapa de ejecución
5.	O.E.1	Creación de los Centros de Producción descentralizados y ampliación de la red de Transmisión de Radio Nacional del Perú (Centros de Producción Regional).	En etapa de Ejecución



## ANEXO II. PLANTILLA DE ARTICULACIÓN.

En el siguiente cuadro se presenta el alineamiento de los objetivos estratégicos propuestos con las políticas del Estado y los planes sectoriales (PESEM):

**CUADRO N° 04**

<b>ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2019 DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2021 DEL SECTOR CULTURA</b>			
<b>PESEM 2017-2021 del SECTOR CULTURA</b>		<b>PEI 2017-2019 del IRTP</b>	
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	<b>ACCIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	<b>ACCIÓN ESTRATÉGICA</b>
<i><b>O.E.1. Garantizar los derechos culturales de la población, sobretudo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</b></i>	A.E.1.2. Promover el conocimiento, acceso, participación, disfrute y difusión de la diversidad de expresiones culturales y de las memorias históricas.	<i><b>O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía</b></i>	1.1. Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as.
<i><b>O.E. 2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.</b></i>	A.E.2.4. Generar información y evidencia que permita una gestión intercultural mediante el uso de la variable étnica.  A.E.2.5. Promover y supervisar que los programas y servicios del Estado se brinden con pertinencia cultural y sin discriminación.		1.2. Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.
<i><b>O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.</b></i>	A.E.3.4. Generar e impulsar la producción y difusión de información, investigación y conocimientos		



**ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2019 DEL  
IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2021 DEL  
SECTOR CULTURA**

PESEM 2017-2021 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2019 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	<p>vinculados al Sector Cultura.</p> <p>A.E.3.13. Fomentar la creatividad y desarrollo de las industrias culturales y las artes.</p>		
<p><b><i>O.E.1. Garantizar los derechos culturales de la población, sobretudo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</i></b></p>	<p>A.E.1.5. Fomentar la creatividad garantizando la libertad de expresión, proponiendo la implementación de políticas educativas e impulsando la innovación.</p>	<p><b><i>O.E. 2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</i></b></p>	<p><b>2.1.</b> Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana.</p> <p><b>2.2</b> Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.</p>
<p><b><i>O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.</i></b></p>	<p>A.E.3.8. Creación de alianzas con el Sector Educación para la elaboración conjunta de programas con pertinencia cultural.</p> <p>A.E.3.13. Fomentar la creatividad y desarrollo de las industrias culturales y las artes.</p>		



**ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2019 DEL  
IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2021 DEL  
SECTOR CULTURA**

PESEM 2017-2021 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2019 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
<b><i>O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.</i></b>	<p>A.E.3.2. Asegurar y liderar la protección, investigación, conservación y puesta en valor y uso social del Patrimonio Cultural, bajo una agenda de prioridades.</p> <p>A.E.3.5. Fortalecer las acciones e iniciativas de protección y promoción de la riqueza cultural en todos los niveles de gobiernos y en otros actores ligados a la gestión cultural.</p> <p>A.E.3.6. Promover la cooperación interinstitucional nacional e internacional y asociaciones público-privadas para el desarrollo, protección y promoción del Patrimonio Cultural.</p> <p>A.E.3.7. Promover una adecuada infraestructura, física y virtual descentralizada, para el desarrollo de las actividades vinculadas con el Patrimonio y la diversidad cultural.</p> <p>A.E.3.10. Implementación de estrategias de promoción de la</p>	<p><b><i>O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.</i></b></p>	<p><b>3.1.</b> Patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP recuperado.</p> <p><b>3.2.</b> Material audiovisual y fonográfico usado por la población.</p>



**ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2019 DEL  
IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2021 DEL  
SECTOR CULTURA**

PESEM 2017-2021 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2019 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	<p>diversidad cultural y las memorias históricas.</p> <p>A.E.3.12. Implementar y mantener un sistema integrado de información cultural.</p>		
<p><b><i>O.E.1. Garantizar los derechos culturales de la población, sobretodo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</i></b></p>	<p>A.E.1.8. Optimizar la gestión coordinada entre los distintos niveles de gobierno y sectores para garantizar el ejercicio de los derechos culturales.</p>		<p><b>4.1.</b> Optimizar el equipamiento y la infraestructura.</p>
<p><b><i>O.E. 2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.</i></b></p>	<p>A.E.2.1. Incorporar el enfoque intercultural en las Políticas Públicas y Planes Estratégicos en todos los sectores y niveles de gobierno.</p> <p>A.E.2.2. Establecer lineamientos, protocolos y herramientas de gestión para la implementación del enfoque intercultural y las políticas culturales en la gestión del Estado.</p> <p>A.E.2.3. Generar información y conocimiento en materia cultural para la toma de</p>	<p><b><i>O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.</i></b></p>	<p><b>4.2.</b> Fortalecer el posicionamiento de la Institución.</p> <p><b>4.3.</b> Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional.</p>



**ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2019 DEL  
IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2021 DEL  
SECTOR CULTURA**

PESEM 2017-2021 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2019 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	<p>decisiones y gestión de políticas públicas en el Estado.</p> <p>A.E.2.4. Generar información y evidencia que permita una gestión intercultural mediante el uso de la variable étnica.</p> <p>A.E.2.11. Promover el desarrollo de lineamientos, programas y acciones para la capacitación de servidores públicos para adquirir competencias interculturales.</p> <p>A.E.2.12. Promover programas de capacitación continua de servidores públicos para la gestión cultural con estándares de calidad.</p>		
<b><i>O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.</i></b>	<p>A.E.3.1. Impulsar la mejora del marco normativo vinculado al sector cultura, considerando sus particularidades, para el desarrollo, protección y promoción del patrimonio, las industrias culturales, las artes e interculturalidad.</p> <p>A.E.3.3. Implementar programas y acciones para el desarrollo de capacidades de todos</p>		



**ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2019 DEL  
IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2021 DEL  
SECTOR CULTURA**

PESEM 2017-2021 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2019 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	<p>los actores vinculados con el sector cultura.</p> <p>A.E.3.6. Promover la cooperación interinstitucional nacional e internacional y asociaciones público-privadas para el desarrollo, protección y promoción del Patrimonio Cultural.</p> <p>A.E.3.7. Promover una adecuada infraestructura, física y virtual descentralizada, para el desarrollo de las actividades vinculadas con el Patrimonio y la diversidad cultural.</p> <p>A.E.3.8. Creación de alianzas con el sector Educación para la elaboración conjunta de programas con pertinencia cultural.</p> <p>A.E.3.12. Implementar y mantener un Sistema Integrado de Información Cultural.</p>		



## ANEXO III

### FICHA TÉCNICA DE LOS INDICADORES

#### FICHA TÉCNICA DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES

O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de programas rediseñados e implementados						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de programas que se ha rediseñado e implementado en comparación con el número total de programas existentes en la parrilla.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	2%	2015
Línea de base o valor base	Año						
2%	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	2%	2016
Valor actual	Año						
2%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 7%	<b>2018</b> 6%	<b>2019</b> 6%				
<b>Justificación</b>	En los últimos años se han generado nuevas propuestas de programas que han permitido renovar la parrilla; a través de este indicador se desea medir la cantidad de programas de novedosos, dando preferencia a la producción nacional y que promueven valores, la identidad nacional e imagen del Perú.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$(N^{\circ} \text{ de programas rediseñados} / N^{\circ} \text{ de programas totales}) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Televisión - Reporte de mejora de calidad de los programas						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas de TV						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Televisión						



<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de programas de estreno						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de programas nuevos en la parrilla en comparación con el número total de programas existentes en la parrilla.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>22%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	22%	2015
Línea de base o valor base	Año						
22%	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	7%	2016
Valor actual	Año						
7%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 9%	<b>2018</b> 8%	<b>2019</b> 8%				
<b>Justificación</b>	En los últimos años se han generado nuevas propuestas de programas que han permitido renovar la parrilla; a través de este indicador se desea medir la cantidad de programas de novedosos, dando preferencia a la producción nacional y que promueven valores, identidad nacional y la imagen del Perú.						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	-						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$(N^{\circ} \text{ de programas de estreno} / N^{\circ} \text{ de programas totales}) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Televisión - Reporte de la programación						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas de TV						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Televisión						



**O.E.2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.**

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de nuevos programas implementados dirigidos a niños y jóvenes.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de programas nuevos implementados en la parrilla y que son dirigidos a niños y jóvenes en comparación con el número total de programas de la parrilla.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de Producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>100%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	100%	2016
Línea de base o valor base	Año						
100%	2016						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>100%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	100%	2016
Valor actual	Año						
100%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 89%	<b>2018</b> 71%	<b>2019</b> 71%				
<b>Justificación</b>	A partir de 1 de julio de 2016, el IRTP cuenta con un nuevo canal, el Canal IPe (Identidad Peruana), que busca satisfacer la urgente necesidad de entretenimiento infantil y juvenil; a través de los programas se quiere promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral mediante la transmisión de programas en las señales de radio y televisión con contenido cultural, artístico, educativo y de entretenimiento. Al lanzamiento del canal la programación ya contaba con una parrilla y con programas y coproducciones con 10 horas diarias de estrenos, por lo que la línea base considerada es la parrilla de lanzamiento del Canal.						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	Al no existir datos para algunos valores de la "línea de base", se ha considerado el valor del primer resultado de medición del indicador, en nuestro caso se ha tomado la del año 2016; en la medida que se cuente con mayor serie información histórica se elegirá un valor más apropiado. (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2 )						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	N° de programas para niños y jóvenes emitidos/N° total de programas en la parrilla x 100.						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Televisión - Reporte de la programación del Canal dirigidos a niños y jóvenes						



<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Televisión



**O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población**

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de documentos digitalizados.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de horas de material audiovisual digitalizado en comparación con el número total de horas existente para digitalizar.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de Producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	-	2016
Línea de base o valor base	Año						
-	2016						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	-	2016
Valor actual	Año						
-	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 20%	<b>2018</b> 30%	<b>2019</b> 20%				
<b>Justificación</b>	El canal del estado fue creado en enero de 1958 y tiene casi 59 años de historia y la Radio Nacional fue creada en enero 1937 y tiene casi 80 años de historia por lo que es sumamente importante la conservación del patrimonio audiovisual del IRTP y esto significa la restauración, migración digital y tratamiento técnico documental de los archivos fonográficos y audiovisuales que yacen en el seno del IRTP desde la fundación de TV Perú y Radio Nacional: 110,375 cintas audiovisuales y fonográficas (que contiene 103,794 horas de contenidos), de las cuales el 47.57% corresponde a Radio Nacional, 21.08% a Televisión, el 9.51% a Prensa, 9.95% al archivo histórico, y el 11.89% a Filiales.						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	No se cuenta con una línea base. Existe ya un proyecto de inversión formulado, sin embargo el indicador de avance del proyecto difiere del indicador establecido para el objetivo. En algunos tienen valor cero porque aún no está implementado el objeto de la acción.. (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2 ).						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$N^{\circ}$ de horas digitalizadas/ $N^{\circ}$ total de horas para digitalizar x 100						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia Técnica - Informe del avance de digitalización de documentos audiovisuales						



<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formatos N°1 y 2 de evaluación de actividades y metas de Gerencia Técnica - digitalización documentos audiovisuales
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia Técnica



#### O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de avance en la actualización de los instrumentos de gestión institucional.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de avance en cuanto al proceso de actualización de los instrumentos de gestión institucional.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de Proceso						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	10%	2016
Línea de base o valor base	Año						
10%	2016						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	10%	2016
Valor actual	Año						
10%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 50%	<b>2018</b> 80%	<b>2019</b> 100%				
<b>Justificación</b>	Este indicador tiene relación con la implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública que tiene como objetivo general, orientar, articular e impulsar en todas las entidades públicas el proceso de modernización hacia una gestión pública para resultados que impacte positivamente en el bienestar del ciudadano y el desarrollo del país.						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	Al no existir datos para algunos valores de la "línea de base", se ha considerado el valor del primer resultado de medición del indicador, en nuestro caso se ha tomado la del año 2016, para luego, en la medida que se cuente con mayor serie información histórica se elegirá un valor más apropiado. En algunos tienen valor cero porque aún no estaba implementado el objeto de la acción. (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2 ).						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$(N^{\circ} \text{ de Instrumentos de gestión actualizados} / \text{ Total de Instrumentos de gestión}) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia General - Oficina General de Planificación y Desarrollo: Informe del avance de actualización de documentos de gestión del IRTP						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Informe de avance de la modernización de la gestión pública en IRTP						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia General, Oficina de Planificación y Desarrollo						



## FICHA TÉCNICA DE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES

O.E.1. Mejorar la calidad de la información y de los contenidos audiovisuales, que promuevan la integración en la ciudadanía.

*A.E.1 Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as.*

<b>Nombre del indicador</b>	Horas de contenidos informativos emitidos de prensa.						
<b>Definición</b>	Determina la cantidad de horas de información emitidas a través de las plataformas de prensa de I RTP.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1,720</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	1,720	2015
Línea de base o valor base	Año						
1,720	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4,652</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	4,652	2016
Valor actual	Año						
4,652	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 6,120	<b>2018</b> 6,900	<b>2019</b> 6,150				
<b>Justificación</b>	En los últimos años, a nivel informativo se ha tenido un desarrollo importante determinado por la puesta en marcha de la televisión digital terrestre (TDT), la ampliación del nuevo Centro de Noticias, así como de la descentralización de la producción de televisión en Huancayo y Arequipa con el objetivo de ofrecer a la población noticias con acontecer regional y programas regionales, por lo que a través de este indicador se desea medir el impacto de estos factores en cuanto al incremento de la cantidad de horas de información ofrecidas al público.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	N° de horas de informativos emitido en prensa.						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Prensa - Reporte de horas de emisión de contenidos de prensa.						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de Prensa.						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Prensa.						



<b>Nombre del indicador</b>	Horas de contenidos informativos emitidos de radio		
<b>Definición</b>	Determina la cantidad de horas de información emitidas a través de las plataformas de radio de IRTP.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de producto		
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional		
<b>Línea de Base o valor base</b>	<b>Línea de base o valor base</b>		<b>Año</b>
	4440		2015
<b>Valor actual</b>	<b>Valor actual</b>		<b>Año</b>
	1,834		2016
<b>Meta</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
	2,190	2,800	2,190
<b>Justificación</b>	El IRTP viene desarrollando estudios de pre-inversión para ampliar la cobertura de la red de radio FM, así mismo modernizar las cabinas y quipos de producción, también implementar centro de producción descentralizado a nivel regional, con una programación diferenciada, de acuerdo a su realidad e interés local y regional, por lo que a través de este indicador se desea medir el impacto de estos factores en cuanto al incremento de la cantidad de horas de información ofrecidas al público.		
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	N° de horas de informativos emitido de radio.		
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual		
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Radio - Reporte de horas de emisión de contenidos de radio.		
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de Radio.		
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Radio.		



O.E.1. Mejorar la calidad de la información y de los contenidos audiovisuales, que promuevan la integración en la ciudadanía.

A.E.2. Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de programas de televisión que promueven la diversidad cultural e integración nacional.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional en comparación con el número total de programas existentes en la parrilla de Televisión						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>41%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	41%	2015
Línea de base o valor base	Año						
41%	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>43%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	43%	2016
Valor actual	Año						
43%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 43%	<b>2018</b> 45%	<b>2019</b> 45%				
<b>Justificación</b>	El IRTP tiene por finalidad ejecutar actividades y acciones a nivel nacional de difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento con el fin de promover las expresiones multiétnicas y pluriculturales de la Nación para coadyuvar a la integración de todos los peruanos y afirmar la identidad nacional, por lo que su parrilla refleja los intentos de consolidar una oferta variada y plural por lo que es importante contar con un indicador que mida de qué manera se cumple su misión para la que ha sido creado.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$(N^{\circ} \text{ de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional} / N^{\circ} \text{ total de programas en la parrilla}) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Televisión - Reporte de la programación de Televisión.						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de televisión.						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Televisión.						



<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de programas de radio que promueven la diversidad cultural e integración nacional.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional en comparación con el número total de programas existentes en la parrilla de Radio.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>57%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	57%	2015
Línea de base o valor base	Año						
57%	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>60%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	60%	2016
Valor actual	Año						
60%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>				
	60%	60%	60%				
<b>Justificación</b>	El IRTP tiene por finalidad ejecutar actividades y acciones a nivel nacional de difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento con el fin de promover las expresiones multiétnicas y pluriculturales de la Nación para coadyuvar a la integración de todos los peruanos y afirmar la identidad nacional, por lo que su parrilla refleja los intentos de consolidar una oferta variada y plural por lo que es importante contar con un indicador que mida de qué manera se cumple su misión para la que ha sido creado.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$(N^{\circ} \text{ de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional} / N^{\circ} \text{ total de programas en la parrilla}) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Radio - Reporte de la programación de Radio.						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de radio.						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Radio.						



O.E.2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.

A.E.3. Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana.

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de programas de estreno propios dirigidos a niños y jóvenes.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de programas audiovisuales de estrenos propios orientados a niños y jóvenes en comparación con el número total de programas audiovisuales en la parrilla que están orientados a niños y jóvenes.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de Producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	20%	2016
Línea de base o valor base	Año						
20%	2016						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	20%	2016
Valor actual	Año						
20%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 19%	<b>2018</b> 13%	<b>2019</b> 13%				
<b>Justificación</b>	El 1 de julio de 2016, el IRTP se lanzó el Canal IPe (Identidad Peruana), canal dirigido a los niños y los jóvenes. Al lanzamiento del canal la programación ya contaba con una parrilla y con programas y coproducciones con 10 horas diarias de estrenos, por lo que es importante que esta oferta sea mejorada e incrementada de manera constante, principalmente con producciones nacionales.						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	Al no existir datos para algunos valores de la "línea de base", se ha considerado el valor del primer resultado de medición del indicador, en nuestro caso se ha tomado la del año 2016, para luego, en la medida que se cuente con mayor serie información histórica se elegirá un valor más apropiado. (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2 ).						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	N° de programas audiovisuales de estrenos propios orientados a niños y jóvenes / N° total de programas audiovisuales en la parrillas orientados a niños y jóvenes.						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						



<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Televisión - Reporte de programas propios emitidos de estreno.
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formatos N° 2 y 3 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe.
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Televisión



O.E.2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.

A.E.4. Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de programas de coproducción realizados.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de programas de coproducción realizados en comparación con la oferta total existente en la parrilla de programación.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de Producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	7%	2016
Línea de base o valor base	Año						
7%	2016						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	7%	2016
Valor actual	Año						
7%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 6%	<b>2018</b> 5%	<b>2019</b> 6%				
<b>Justificación</b>	A través de esta esta se desea promover relaciones estratégicas para producir contenidos audiovisuales que difundan cultura, información, entretenimiento sano para la audiencia infantil y juvenil a través del Canal IPe.						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	Al no existir datos para algunos valores de la "línea de base", se ha considerado el valor del primer resultado de medición del indicador, en nuestro caso se ha tomado la del año 2016, para luego, en la medida que se cuente con mayor serie información histórica se elegirá un valor más apropiado. (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2 ).						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	N° de programas de coproducción realizados/N° total de programas en la parrilla x 100						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Trimestral						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Televisión - Reporte de coproducciones realizadas.						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formatos N° 2 y 3 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe						



<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Televisión
--	------------------------

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de formatos y enlatados adquiridos						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de formatos y de programas enlatados adquiridos en comparación con el número total de programas existentes en la parrilla.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>62%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	62%	2016
Línea de base o valor base	Año						
62%	2016						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>62%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	62%	2016
Valor actual	Año						
62%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 51%	<b>2018</b> 50%	<b>2019</b> 48%				
<b>Justificación</b>	Es importante que la parrilla del nuevo Canal Ipe cuente con programas novedosos por lo que es necesario además de producir programas nacionales, promover relaciones estratégicas con otras televisiones de otras partes del mundo y contenidos televisivos y radiofónicos que difundan cultura, información, entretenimiento.						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	La línea de base utilizada es la parrilla de programación con la cual se lanzó el Canal en el mes de julio de 2016. Al no existir datos para algunos valores de la "línea de base", se ha considerado el valor del primer resultado de medición del indicador, en nuestro caso se ha tomado la del año 2016, para luego, en la medida que se cuente con mayor serie información histórica se elegirá un valor más apropiado. (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2 ).						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$N^{\circ}$ de formatos enlatados adquiridos/ $N^{\circ}$ total de programas en la parrilla x 100						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia de Televisión - Reporte de adquisiciones de materiales televisivos enlatados.						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formatos N° 2 y 3 de evaluación de actividades y metas del Canal IPE						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia de Televisión						



O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.

**A.E.5. Patrimonio audiovisual fonográfico del IRTP recuperado.**

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje del Patrimonio Audiovisual y fonográfico recuperado.						
<b>Definición</b>							
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	-	2016
Línea de base o valor base	Año						
-	2016						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	-	2016
Valor actual	Año						
-	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>				
	40%	30%	20%				
<b>Justificación</b>	<p>El canal del Estado fue creado en enero de 1958 y tiene casi 59 años de historia. Se estima que debería tener 109,500 horas conservadas en diversos formatos sin embargo, solo cuenta con 63,655 horas de producción televisiva, lo que significa el 58% del total. La Radio Nacional fue creada en enero 1937 y tiene casi 80 años de historia. Se estima que debería tener 540,200 horas de producción conservadas en archivo; sin embargo, solo cuenta con 28,143 horas de producción fonográfica. A través de esta acción se desea recuperar la historia del Perú en audio y video. Según el inventario realizado se cuenta con 110,375 cintas audiovisuales y fonográficas (que contiene 103,794 horas de contenidos), de las cuales el 47.57% corresponde a Radio Nacional, 21.08% a Televisión, el 9.51% a Prensa, 9.95% al archivo histórico, y el 11.89% a Filiales y parte de estas necesitan pasar por un proceso de restauración o de digitalización.</p>						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	<p>No existe una línea de base y un valor actual. Este objetivo está relacionado con el Proyecto de Inversión "Mejoramiento del Servicio de Documentación Audiovisual y Fonográfica del IRTP" sin embargo, el indicador del proyecto difiere del indicador del objetivo por lo que no se ha podido contar con una línea base. Se ha considerado el valor cero porque aún no está implementado el objeto de la acción.</p>						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$\left(\frac{\text{N}^\circ \text{ de unidades documentales recuperadas}}{\text{N}^\circ \text{ total de unidades existentes para recuperar}}\right) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia Técnica - Secretaria del Consejo Directivo: Reporte del avance de recuperación del patrimonio audiovisual.						



<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formatos N°1 y 2 de evaluación de actividades y metas de Gerencia Técnica - recuperación de documentos audiovisuales
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia Técnica, Secretaría del Consejo Directivo.

**O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.**

**A.E.6. Material audiovisual y fonográfico usado por la población.**

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje de uso de los documentos digitalizados.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de documentos digitalizados que han sido utilizados como insumo para la realización de materiales audiovisuales en comparación con el total de material audiovisual digitalizado.						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de Producto						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	-	2016
Línea de base o valor base	Año						
-	2016						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	-	2016
Valor actual	Año						
-	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 25%	<b>2018</b> 25%	<b>2019</b> 25%				
<b>Justificación</b>	Al finalizar la digitalización, el material será catalogado según palabras claves y/o género y serán almacenados en la librería/storage y después catalogados y administrados para el uso posterior para la realización de materiales audiovisuales nuevos o para la consulta del público.						
<b>Limitaciones y supuestos empleados</b>	No existe una línea de base y un valor actual. Este objetivo está relacionado con el Proyecto de Inversión "Mejoramiento del Servicio de Documentación Audiovisual y Fonográfica del IRTP" sin embargo, el indicador del proyecto difiere del indicador del objetivo por lo que no se ha podido contar con una línea base. Se ha considerado el valor cero porque aún no está implementado el objeto de la acción.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$(N^{\circ} \text{ de horas de acceso a documentos digitalizados} / N^{\circ} \text{ total de horas de documentos digitalizados}) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia Técnica - Secretaria del Consejo Directivo: Reporte del volumen de uso de documentos digitalizados.						



<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formatos N°1 y 2 de evaluación de actividades y metas de Gerencia Técnica - digitalización documentos audiovisuales
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia Técnica , Secretaria del Consejo Directivo



**O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.**

**A.E.7. Optimizar el equipamiento y la infraestructura.**

<b>Nombre del indicador</b>	Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de televisión.						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de los transmisores que se encuentran operativos en comparación con el número total de transmisores de televisión que tiene el IRTP.						
<b>Tipo de Indicador</b>	De proceso						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>93,8%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	93,8%	2015
Línea de base o valor base	Año						
93,8%	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>95,5</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	95,5	2016
Valor actual	Año						
95,5	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 95%	<b>2018</b> 95%	<b>2019</b> 96%				
<b>Justificación</b>	La tecnología se tiene que renovar de manera constante y optimizar la infraestructura actual, para poder prestar servicios de calidad y explotar las nuevas plataformas para contenidos digitales, teniendo en cuenta que últimamente, la televisión y la radio pierden a pasos rápidos su protagonismo frente al Internet y a nuevos dispositivos como tabletas y teléfonos.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$(N^{\circ} \text{ de transmisores de TV operativos} / N^{\circ} \text{ total de transmisores de TV que posee el IRTP}) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Trimestral						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia Técnica: Reporte de operatividad de la Red de TV						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N°3 evaluación de operatividad de la red nacional de TV						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia Técnica						



<b>Nombre del indicador</b>	Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de radio						
<b>Definición</b>	Determina el porcentaje de los transmisores de radio que se encuentran operativos en comparación con el número total de transmisores de radio que tiene el IRTP.						
<b>Tipo de Indicador</b>	De proceso						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>96,8%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	96,8%	2015
Línea de base o valor base	Año						
96,8%	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>95,2%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	95,2%	2016
Valor actual	Año						
95,2%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>				
	95%	95%	97%				
<b>Justificación</b>	La tecnología se tiene que renovar de manera constante y optimizar la infraestructura actual, para poder prestar servicios de calidad y explotar las nuevas plataformas para contenidos digitales, teniendo en cuenta que últimamente, la televisión y la radio pierden a pasos rápidos su protagonismo frente al Internet y a nuevos dispositivos como tabletas y teléfonos.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	$(N^{\circ} \text{ de transmisores de radio operativos} / N^{\circ} \text{ total de transmisores de Radio que posee el IRTP}) \times 100$						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Trimestral						
<b>Fuente de datos</b>	Gerencia Técnica: Reporte de operatividad de la Red de TV						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Formato N°3 evaluación de operatividad de la red nacional de Radio						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	Gerencia Técnica						



**O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.**

**A.E.8. Fortalecer el posicionamiento de la institución.**

<b>Nombre del indicador</b>	Número de convenios interinstitucionales y alianzas estratégicas implementadas						
<b>Definición</b>	Determina la cantidad de convenios interinstitucionales y alianzas estratégicas implementadas						
<b>Tipo de Indicador</b>	Indicador de proceso						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>13</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	13	2015
Línea de base o valor base	Año						
13	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>16</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	16	2016
Valor actual	Año						
16	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>				
	14	14	20				
<b>Justificación</b>	Para el IRTP es importante potenciar su imagen entre los ciudadanos y sobre todo reafirmar y reforzar el compromiso que se tiene con ellos a través de la misión encomendada como entidad del Estado, por lo que es importante tener en cuenta la opinión de los ciudadanos respecto a los productos que se ofrecen.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	Número de convenios implementados						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Trimestral						
<b>Fuente de datos</b>	Oficina General de Asesoría Legal: Reportes de convenios suscritos						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Registros Convenios suscritos						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	OGAL						



**O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.**

**A.E.9. Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional.**

<b>Nombre del indicador</b>	Porcentaje del grado del desempeño Institucional						
<b>Definición</b>	Determina el avance porcentual en cuanto a los resultados alcanzados durante la gestión por las unidades orgánicas y a nivel institucional.						
<b>Tipo de Indicador</b>	De Proceso						
<b>Nivel de desagregación geográfica</b>	Nacional						
<b>Línea de Base o valor base</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>98%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>			Línea de base o valor base	Año	98%	2015
Línea de base o valor base	Año						
98%	2015						
<b>Valor actual</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>94%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>			Valor actual	Año	94%	2016
Valor actual	Año						
94%	2016						
<b>Meta</b>	<b>2017</b> 95%	<b>2018</b> 95%	<b>2019</b> 100%				
<b>Justificación</b>	El IRTP necesita mejorar la capacidad de gestión en cuanto a una mejor planificación, la implementación de la gestión por procesos, introducción de presupuesto por resultados, mejoramiento de los recursos humanos, gestión del conocimiento, y el uso de herramientas tecnológicas que permitan que la provisión de sus servicios sea transparente y efectiva, mediante la implementación de la Política Nacional de Modernización del Estado.						
<b>Fórmula o método de cálculo</b>	Promedio de la sumatoria de los resultados de avance del grado de cumplimiento de las metas del POI y del presupuesto programado del IRTP.						
<b>Periodicidad de las mediciones y reporte</b>	Anual						
<b>Fuente de datos</b>	Oficina General de Planificación y Desarrollo - Gerencia Administración y Finanzas: Reporte de las metas físicas y financieras registradas en la evaluación del POI y Presupuesto.						
<b>Fuente de Verificación del indicador</b>	Informe de resultados de metas físicas y financieras por áreas responsables y a nivel objetivos.						
<b>Órgano y entidad responsable de la medición</b>	OGPD GAF						



## **ANEXO V**

### **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

#### **Ancho de banda<sup>1</sup>**

Medida, en frecuencia, del espectro utilizado o la capacidad de un determinado medio. Medida de capacidad de comunicación o velocidad de transmisión de datos de un circuito o canal. Cantidad de información que puede transmitirse en un momento dado. Los sistemas de imágenes digitales suelen requerir grandes anchos de banda, por esta razón muchos sistemas de almacenamiento y transmisión recurren a técnicas de compresión para adaptar la señal reduciendo, por tanto, el ancho de banda.

#### **Analógico**

En televisión se entiende por el sistema actual de transmisión. Una señal que varía continuamente representando fluctuaciones de color y brillo. Se contrapone a digital que transmite señales binarias (0 y 1) y, por tanto, puede ser comprimida y recibida con mayor fidelidad (sufre menos interferencia).

#### **Apagón Analógico**

Expresión aplicada al cese de las emisiones analógicas de los operadores de televisión.

#### **Articulación**

La articulación es el proceso mediante el cual se desarrollan las relaciones gubernamentales, en base al establecimiento de canales o sinergias interinstitucionales de las diversas instancias (en y de los diversos niveles de gobierno) que gestionan las políticas públicas, buscando un fin común en el marco del papel del Estado.

#### **Audímetro**

Aparato que permite recoger las distintas operaciones, cambio de canal, tiempo de sintonización, efectuadas en el televisor y susceptible de recibir cierto número de las informaciones del uso que

---

<sup>1</sup> <http://manualdeestilo.rtve.es/>



hacen los espectadores de los programas. El audímetro se comunica por línea telefónica con un ordenador que centraliza los datos recogidos.

### **Banda de frecuencias**

Porción del espectro radioeléctrico que contiene un conjunto de frecuencias determinadas.

### **Cadena de valor**

Consiste en un modelo para la gestión basada en resultados y que se centra en una fuerte noción de causalidad. Parte de la hipótesis que diversos insumos y procesos realizados conducen lógicamente a resultados de un orden mayor – efectos e impactos – que se reflejan y verifican luego en términos de cambios producidos en las condiciones de vida de la ciudadanía. La cadena de valor suele incluir: insumos, procesos, productos, resultados e impactos.

### **Canal**

Conjunto de programas de televisión o de radio organizados dentro de un horario de programación que no puede ser alterado por el público.

### **Canal Múltiple o Multiplex**

Señal compuesta para transmitir un canal o frecuencia radioeléctrica y que, al utilizar la tecnología digital, permite la incorporación de las señales correspondientes a varios canales de televisión y radio y de las señales correspondientes a varios servicios asociados y a servicios de comunicaciones electrónicas.

### **Cobertura<sup>2</sup>**

Ámbito geográfico, espacio o superficie en la que se pueden recibir las señales que se han transmitido por radiofrecuencia. Alcance de una emisión radioeléctrica.

### **Cuota (Share)**

Se define como el porcentaje de la audiencia que cada emisora o programa consigue con respecto a las otras emisoras o cadenas. Se da en tantos por ciento en relación al número de personas que ven la televisión en cada momento.

---

<sup>2</sup> <http://manualdeestilo.rtve.es/>



## **Cuña**

Montaje breve que puede incluir música, palabra y otros recursos sonoros, destinado a la venta de un producto comercial (cuña publicitaria); o a captar audiencia para un espacio de radio (cuña promocional).

Otra modalidad de cuña es aquella que avanza algunos temas que se van a desarrollar en un espacio radiofónico. Recibe el nombre de cuña de contenido o, más coloquialmente, "píldora".

## **Decodificación**

Proceso por el cual el elemento del sistema encargado de convertir la señal digital en señal analógica asigna un valor de intensidad eléctrica proporcional a cada valor numérico que le llega, reconstruyendo la señal analógica original para que pueda ser interpretada o transmitida por sistemas analógicos. También hace referencia al proceso mediante el que se reconstruye una señal audiovisual alterada técnicamente por parte del emisor para que no pueda ser recibida por un sistema audiovisual convencional. Lo emplean los canales de televisión de pago.

## **Definición**

Sinónimo del término "resolución", que se refiere a la capacidad de una imagen para mostrar detalles más o menos finos. Se mide objetivamente por el número de píxeles que forman la imagen.

## **Emisión de televisión**

La transmisión de imagen no permanente, por medio de ondas electromagnéticas propagadas por cable, por satélite, por el espacio sin guía artificial o por cualquier otro medio.

## **Enlatados**

Se aplica al programa o reportaje audiovisual que ha sido grabado antes de ser emitido o reproducido. También se refieren a los programas de televisión que se hacen para distribuirse masivamente en otros países aparte de donde son producidos.

## **Espectro de emisión**

Toda la gama de frecuencias utilizadas para la transmisión de radio y televisión.



## **Frecuencia**

Número de veces por segundo que fluctúa una señal. Internacionalmente la unidad es el hertz (Hz) - Denominación de la unidad de frecuencia definida por la relación ciclo/segundo. Un megahertz corresponde a 1 millón de hertz y se abrevia MHz. La televisión emite usualmente en dos bandas:

VHF (Very High Frequency): Parte del espectro radioeléctrico de 30 a 300 megahercios, que incluye canales de TV 2-13, y la emisión de FM de banda UHF (UltraHigh Frequency).

Parte del espectro radioeléctrico 300 a 3000 megahercios, lo que incluye los canales de TV 14-69. Después de la transición de TVD, UHF de TV será cambiado a 470 a 698 MHz, que incluye canales de 14-51.

## **HDMI**

Siglas en inglés del Interfaz multimedia de alta definición (High Definition Multimedia Interface), que es un conector digital de alta calidad. A través de un cable HDMI se transmite, de forma digital, información de audio, vídeo y datos entre dos equipos digitales.

## **HDTV**

Televisión de alta definición que aumenta el tamaño del campo visual, presenta casi el doble de líneas que los sistemas tradicionales y tiene el formato de pantalla de aspecto 16/9 frente al 4/3.

## **Interactividad**

Programa que permite una interacción a modo de diálogo entre televisor y usuario.

## **Interoperabilidad**

Conjunto de las características de un sistema digital de televisión que permiten una operación sobre una variedad de medios y entre equipos de diferentes fabricantes.

## **Parrilla (de programación)**

Se conoce como tal, en el argot televisivo, a la cuadrícula que utilizan los responsables de la programación de la emisora para reflejar la distribución horaria de los diferentes programas a lo largo del día y/o de toda la semana. También puedes encontrarlo como rejilla de programación.



## **Pauta**

Esquema previo al guion que contiene la estructura de un espacio radiofónico. En él figuran los bloques temáticos y la duración estimada de cada uno de ellos, pero se excluyen textos de locución e instrucciones técnicas.

## **Perfil de Audiencia**

Características demográficas de la gente expuesta a un programa o a una publicación específica

## **Plataforma de televisión**

Operador de televisión que, a través de una marca comercial que lo identifica ante los usuarios, ofrece a éstos un conjunto de canales de televisión y/o de servicios interactivos.

## **Post producción**

Conjunto de operaciones que se realizan después de la grabación de un programa de televisión destinadas a editar, titular, musicalizar, poner créditos y otros efectos a la señal de vídeo.

## **Prime time<sup>3</sup>**

Término inglés que se utiliza en programación para hablar del conjunto de emisiones de la parrilla que cubre la emisión principal de la noche y que corresponde a la hora de máxima audiencia de televisión.

## **Rating<sup>4</sup>**

Término inglés que significa audiencia. Representa el número de personas que visionan un programa específico o que consume televisión durante un cierto periodo de tiempo. Se da en cantidades numéricas tipo millones de espectadores.

## **Resolución<sup>5</sup>**

Es la cantidad de líneas y de píxeles que componen una imagen de televisión. Cuanto más alto es el número de líneas o de píxeles, la imagen es más nítida y detallada.

## **Sintonía**

Señal sonora, generalmente una melodía, que marca el comienzo y el final de un espacio radiofónico. Sirve para identificarlo entre los demás.

---

<sup>3</sup> <http://manualdeestilo.rtve.es/>

<sup>4</sup> <http://manualdeestilo.rtve.es/>

<sup>5</sup> <http://manualdeestilo.rtve.es/>



## **Streaming**

Tecnología que permite el envío de secuencias de audio y vídeo a un ordenador desde un sitio web remoto, de modo que el usuario pueda ver y oír dichos archivos.

## **VOD (Vídeo on Demand)**

Servicio que permite a los usuarios seleccionar y ver contenidos de vídeo.

## **Target<sup>6</sup>**

Es el público objetivo al que se dirige un producto o servicio. La definición del público objetivo suele contemplar tres tipos de criterios: sociodemográfico (sexo, edad, nivel de estudios), socioeconómico (ingresos, pautas de consumo, clase social) y psicográfico (personalidad, estilo de vida, sistema de valores).

## **TDT**

Acrónimo empleado para denominar a la Televisión Digital Terrestre, la modalidad de televisión digital que se transmite por ondas hertzianas a través de antenas y enlaces terrestres.

## **Televisión interactiva**

El término se utiliza en múltiples acepciones. En términos generales, se asocia a un sistema de televisión que dota a los usuarios de un canal de retorno, el cual permite que éstos envíen información desde sus terminales o televisores hacia el operador de televisión. El canal de retorno puede habilitarse utilizando la línea telefónica, el cable o bien medios inalámbricos.

## **Televisión IP**

Distribución de contenidos televisivos a través de Internet mediante un protocolo TCP/IP.

## **Televisión Móvil**

Es la posibilidad para coger las señales de la TV en dispositivos en el movimiento: autobús, trenes y subterráneo, coches y barcos.

## **Televisión por cable:**

Sistema de comunicación para la transmisión de canales de televisión, programación original y servicios a través de cable coaxial.

---

<sup>6</sup> <http://manualdeestilo.rtve.es/>



### **Televisión Portable**

Es la recepción en el equipo portable, ése puede o no estar en el movimiento. Un ejemplo es televisiones, teléfonos portátiles o computadoras de mano equipadas con un receptor de TV.

### **Web TV<sup>7</sup>**

Sistema que permite la navegación por Internet a través del televisor convencional.

### **Webcasting<sup>8</sup>**

Difusión de contenidos audiovisuales a través de la World Wide Web.

### **Youtube**

La plataforma de vídeos online más usada del mundo también te servirá para ver contenidos de ficción, aunque sus normas son muy restrictivas con tal de proteger los derechos de autor.



---

<sup>7</sup> <http://manualdeestilo.rtve.es/>

<sup>8</sup> <http://manualdeestilo.rtve.es/>