



## INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2017- 2022

OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO MARZO 2019



#### MINISTRO DE CULTURA

Ulla Sarela Holmquist Pachas

#### CONSEJO DIRECTIVO DEL IRTP

Hugo Coya Honores - Presidente Ejecutivo Celia Isabel Rubina Vargas - Vicepresidente del Consejo Directivo Carolina Leonor Albornoz Falcón- Miembro del Consejo Directivo Iván Armando Castillo Cuadra - Miembro del Consejo Directivo Owan Néstor Eugenio Lay González - Miembro del Consejo Directivo

#### **GERENTE GENERAL**

Felipe Bérninzon Vallarino

#### JEFA DE LA OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO

Jessica Madeleine Pacheco Sarmiento

#### **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





### **CONTENIDO**

| INI  | roducción  | 4  |
|------|--|----|
| l.   | SÍNTESIS DE LA FASE ESTRATÉGICA                                | 5  |
|      | MISIÓN   |    |
|      | OBJETIVOS ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES                         |    |
|      | ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES                          |    |
|      | RUTA ESTRATÉGICA   |    |
| VI.  | MATRIZ RESUMEN DE OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS            | 24 |
| VIII | . ANEXOS   | 28 |
| AN   | EXO I. PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO. | 28 |
| AN   | EXO II. PLANTILLA DE ARTICULACIÓN                              | 29 |
| AN   | EXO III. FICHA TÉCNICA DE LOS INDICADORES                      | 36 |
| AN   | EXO V. GLOSARIO DE TÉRMINOS                                    | 57 |



#### INTRODUCCIÓN

El Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2022 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, con una extensión adicional de tres años, en el marco de lo establecido en el Oficio Múltiple N° D000012-CEPLAN-DNCP de fecha 31.01.2019 emitido por el CEPLAN, por lo que queda sujeto a revisiones anuales y considera como uno de sus anexos el Plan Operativo Institucional 2017.

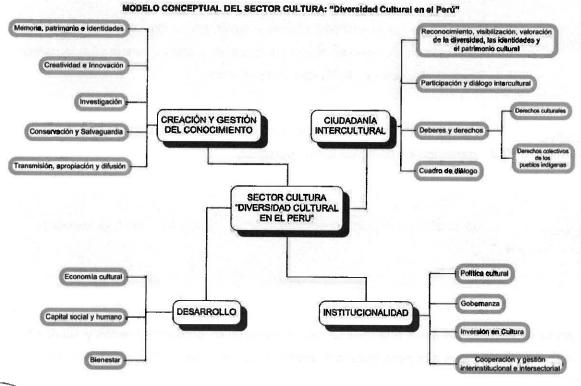




#### I. SÍNTESIS DE LA FASE ESTRATÉGICA

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

| OBJETIVO                     | DEFINICIÓN  |
|------------------------------|---|
| Objetivo<br>Estratégico N° 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. |
| Objetivo<br>Estratégico N° 2 | Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.   |
| Objetivo<br>Estratégico N° 3 | Consolidar a la Cultura como un pilar del desarrollo e identidad nacional.  |

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

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.  |
|--|---|
|  | A.E.1.2. Promover el conocimiento, acceso, participación, disfrute y difusión de la diversidad de expresiones culturales y de las memorias históricas.  |
|  | A.E.1.3. Posicionar el valor de los derechos culturales y colectivos en la sociedad.  |
| O.E.1.Garantizar los derechos culturales de  | 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.   |
| la población, sobre todo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como  | A.E.1.5. Fomentar la creatividad garantizando la libertad de expresión, proponiendo la implementación de políticas educativas e impulsando la innovación.   |
| elemento fundamental para la democracia,<br>la libertad y el desarrollo.   | 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.  |
|  | A.E.1.7. Promover la difusión y circulación de bienes, expresiones, conocimientos y prácticas culturales respetando el marco regulatorio vigente.  A.E.1.8. Optimizar la gestión coordinada entre los distintos niveles de gobierno y sectores para garantizar el ejercicio de los derechos culturales. |
|  | A.E.1.9. Desarrollar capacidades, conocimiento y oportunidades en la ciudadanía para el ejercicio de sus derechos culturales con enfoque de género.   |
|  | A.E.2.1.Incorporar el enfoque intercultural en las Políticas Públicas y Planes Estratégicos en todos los sectores y niveles de gobierno.  |
|  | 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.   |
|  | A.E.2.3.Generar información y conocimiento en materia cultural para la toma de decisiones y gestión de políticas públicas en el Estado.   |
| O.E.2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas. | 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.  |



A.E.2.6.Fortalecer los procesos y mecanismos participativos y de concertación como espacios de diálogo intercultural en todos los niveles de gobierno.

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.

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

A.E.2.9.Garantizar la protección de los pueblos en contacto inicial o aislamiento voluntario para que las intervenciones estatales garanticen sus derechos.

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.

A.E.2.11.Promover el desarrollo de lineamientos, programas y acciones para la capacitación de servidores públicos para adquirir competencias interculturales.

A.E.2.12.Promover programas de capacitación continua de servidores públicos para la gestión cultural con estándares de calidad.

A.E.2.13. Optimizar la gestión coordinada en todos los niveles del estado para erradicar la discriminación étnico-racial y el racismo.

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.

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.

A.E.3.3.Implementar programas y acciones para el desarrollo de capacidades de todos los actores vinculados con el sector cultura.

A.E.3.4.Generar e impulsar la producción y difusión de información, investigación y conocimientos vinculados al sector cultura.

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 la gestión cultural.

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

## O.E.3. Consolidar a la Cultura como un pilar del desarrollo e identidad nacional.



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 <u>ejecutar actividades y acciones a nivel nacional de difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento.</u>

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 2022. 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 2022.

El Plan Estratégico Institucional del IRTP diseñado para el período 2017-2022 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- 2022.

#### CUADRO Nº 03: OBJETIVOS PEI - IRTP 2017-2022

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



O.E.3

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

Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía

El Objetivo Estratégico Nº 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 tomo 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<br>Estratégico                          | Indicador  | Línea<br>base<br>2015 | Meta<br>2017 | Meta<br>2018 | Meta<br>2019 | Meta<br>2020 | Meta<br>2021 | Meta<br>2022 | Meta<br>Final |
|--------|--|--|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| eup di | Mejorar la<br>calidad de la<br>información y     | Porcentaje de programas rediseñados e implementados. | 2%                    | 7%           | 6%           | 6%           | 5%           | 5%           | 5%           | 5%            |
| O.E.1. | contenidos<br>audiovisuales<br>que               | usunga diga kap                                      |                       |              |              | (%)          |              |              | a- 1         | , te          |
|        | promuevan la<br>integración en<br>la ciudadanía. | Porcentaje de programas de estreno.                  | 22%                   | 9%           | 8%           | 8%           | 8%           | 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<br>Estratégico  | Indicador   | Línea<br>base<br>2016 | Meta<br>2017 | Meta<br>2018 | Meta<br>2019 | Meta<br>2020 | Meta<br>2021 | Meta<br>2022 | Meta<br>final |
|--------|--|---|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| 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%                  | 89%          | 71%          | 71%          | 48%          | 48%          | 48%          | 62%           |

## El Objetivo Estratégico Nº 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<br>Estratégico   | Indicador  | Linea<br>base<br>2016 | Meta<br>2017 | Meta<br>2018 | Meta<br>2019 | Meta<br>2020 | Meta<br>2021 | Meta<br>2022 | Meta<br>Final |
|--------|---|--|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| O.E.3. | Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población. | Porcentaje<br>de<br>documentos<br>digitalizados. | -                     | 20%          | 30%          | 20%          | 10%          | 10%          | 10%          | 100%          |

## El Objetivo Estratégico Nº 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



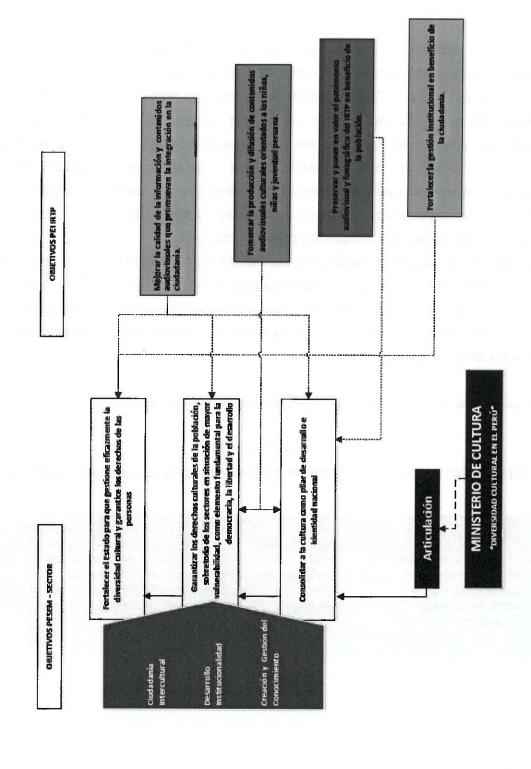
con las necesidades de la entidad, además, es necesario mejorar la capacidad de gestión de la institución mediante la implementación de la Política Nacional de Modernización del Estado en cuanto a una mejor planificación, la implementación de la gestión por procesos, introducción de presupuesto por resultados, 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<br>Estratégic<br>o  | Indicador  | Linea<br>base<br>2016 | Meta<br>2017 | Meta<br>2018 | Meta<br>2019 | Meta<br>2020 | Meta<br>2021 | Meta<br>2022 | Meta<br>Final |
|-------|--|--|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| O.E.4 | Fortalecer<br>la gestión<br>institucional<br>en<br>beneficio<br>de la<br>ciudadanía. | Porcentaje de avance en la actualización de los instrumentos de gestión institucional. | 10%                   | 50%          | 80%          | 100%         | 100%         | 100%         | 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 2017-2022 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 Nº 05**

#### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017-2022 DEL IRTP

| OBJETIVO ESTRATÉGICO  | ACCIÓN ESTRATÉGICA  |
|---|---|
| O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía. | A.E.1.1. 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. |





| O.E.2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana. | A.E.2.2.Coproducciones y adquisiciones de contenidos  |
|---|---|
| O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.                  | A.E. 3.1. Patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP recuperado. A.E. 3.2. Material audiovisual y fonográfico usado por la población.  |
| O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.   | 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 trasmisión 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. IDENTIFICACIÓN DE LA 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 2017-2022 del IRTP. Además, se han priorizado las Acciones Estratégicas de cada objetivo, determinándose la ruta estratégica que a continuación se presenta en el cuadro:

|           |        | OEI   | Vinculación          | D         |           | AEI  | Vinculación          | UO<br>Responsable  |  |
|-----------|--------|---|----------------------|-----------|-----------|--|----------------------|--|--|
| Prioridad | Código | Descripción   | con la PGG           | Prioridad | Código    | Descripción  | con la PGG           |  |  |
|           |        | Mejorar la calidad de la  |                      | 1         | AEI.01.01 | Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as.   | EJE 04,<br>LIN 04.06 | Gerencia de<br>Prensa,<br>Gerencia de<br>Radio                       |  |
| 1         | OEI.01 | información y<br>contenidos<br>audiovisuales,<br>que promuevan<br>la integración en<br>la ciudadanía,   | EJE 04,<br>LIN 04.06 | 2         | AEL01.02  | Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.             | EJE 04,<br>LIN 04.06 | Gerencia de<br>Televisión,<br>Gerencia de<br>Radio                   |  |
|           |        | Fomentar la producción y difusión de  |                      | 1         | AEI.02.01 | Producción<br>propia y difusión<br>de contenidos<br>orientados a<br>niños, niñas y<br>juventud peruana.                            | EJE 04,<br>LIN 04.06 | Gerencia de<br>Televisión  |  |
| 2         | OE1.02 | contenidos<br>audiovisuales<br>culturales<br>orientados a los<br>niños, niñas y<br>juventud<br>peruana. | EJE 04,<br>LIN 04.06 | 2         | AEI.02.02 | Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil. | EJE 04,<br>LIN 04.06 | Gerencia de<br>Televisión  |  |
| 3         | OEI.03 | Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y tonográfico del IRTP en                          | EJE 04,<br>LIN 04.06 | 1         | AEI.03.01 | Patrimonio<br>audiovisual<br>fonográfico del<br>IRTP recuperado.   | EJE 04,<br>LIN 04.06 | Gerencia<br>Técnica,<br>Secretaria del<br>Consejo<br>Directivo<br>1/ |  |





| Drividad  |                             | OEL   | Vinculación | Prioridad |  | AEI   | Vinculación          | UO   |
|-----------|-----------------------------|---|-------------|-----------|--|---|----------------------|--|
| Prioridad | Código                      | Descripción   | con la PGG  | Prioritag | Código   | Descripción   | con la PGG           | Responsable  |
|           |                             | beneficio de la<br>población.                       |             | 2         | AEI.03.02  | Material<br>audiovisual y<br>fonográfico usado<br>por la población. | EJE 04,<br>LIN 04.06 | Gerencia<br>Técnica,<br>Secretaria del<br>Consejo<br>Directivo<br>1/ |
| 1         | OEI.04                      | Fortalecer la<br>gestión<br>DEI.04 institucional en | EJE 02,     | 1         | AEI.04.01  | Optimizar el equipamiento y la infraestructura.                     | EJE 02,<br>LIN 02.02 | Gerencia<br>Técnica 2/   |
| 4         |                             |   |             | 2         | AEI.04.02  | Fortalecer el posicionamiento de la Institución.                    | EJE 02,<br>LIN 02.02 | OGAL 3/  |
|           | beneficio de la ciudadania. |   | 3           | AEI.04.03 | Mejorar el rendimiento y el desempeño de la gestión institucional. | EJE 02,<br>LIN 02.02  | OGPD,<br>GAF 4/      |  |

<sup>1/</sup> Funciones a cargo de la Gerencia Técnica y de Operaciones, y de la Gerencia General (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)

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.



<sup>2/</sup> Gerencia Técnica y de Operaciones (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)

<sup>3/</sup> Oficina de Asesoría Jurídica (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)

<sup>4/</sup> Funciones a cargo de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)

# MATRIZ RESUMEN DE OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATEGICAS

El siguiente cuadro muestra los objetivos estrategicos insitucionales 2017- 2022, los indicadores y las metas institucionales, asi como las respectivas acciones estrategicas institucionales con sus indicadores y metas, ademas de los organos responsables.

|   | OEI / AEI  |  |   | Linea | Línea de base | Valor actual | ctual      | Logro      | espe | rados | n el pe    | Logros esperados en el periodo del plan | Inlan | Unidad                    |
|---|--|--|---|-------|---------------|--------------|------------|------------|------|-------|------------|---|-------|---------------------------|
| Cédigo  | Descripción  | Nombre del<br>Indicador  | Método de Cálculo   | Valor | Año           | Valor        | Año        | 2017       | 2018 | 2019  | 2020       | 2021                                    | 2022  | responsable del indicador |
| 2   | Mejorar la calidad de la información y contenidos                      | la Porcentaje de la programas y rediseñados e implementados.                         | (N° de programas rediseñados/<br>N° de programas totales)*100   | 2%    | 2015          | 2%           | 2016       | 7%         | %9   | %9    | 2%         | 2%                                      | 5%    | Gerencia de<br>Tefevisión |
| 0.5   | audiovisuales,<br>que promuevan<br>la integración en<br>la ciudadanía. | Porcentaje de<br>programas de<br>estreno   | (N° de programas de estreno/<br>N° de programas totales)*100  | 22%   | 2015          | 7%           | 2016       | 2016 9.00% | %8   | %8    | %8         | %8                                      | 8%    | Gerencia de<br>Televisión |
| Acción Es   | Acción Estratégica del OEI.01  |  |   |       |               |              |            |            |      |       |            |   |       |                           |
| AEI.01.01   | Información conteni<br>audiovisual de informa<br>calidad de emitido    | Horas de contenidos de informativos de emitidos de prensa.                           | N° de horas de informativos<br>emitidos en prensa   | 1,720 | 2015          | 4,652        | 2016       | 6120       | 0069 | 6150  | 9,259      | 9,259                                   | 9,259 | Gerencia de<br>Prensa     |
|   | y accesible a Horas todos los conten peruanos/as. informa emitido      | a Horas de los contenidos informativos emitidos de radio.                            | N° de horas de informativos<br>emítidos en radio  | 4,440 | 2015          | 1,834        | 1,834 2016 | 2190       | 2800 |       | 2190 2,190 | 2,190                                   | 2,190 | Gerencia de<br>Radio      |
| Conterported accesing variable AEI.01.02 todos peruar promu | bles os p os p os,                 | Porcentaje de para televisión que los promueven la que diversidad cultural nacional. | (N° de programas que<br>promueven la diversidad cultural<br>e integración nacional/<br>N° total de programas en la<br>parrilla)*100 | 41%   | 2015          | 43%          | 2016       | 43%        | 45%  | 45%   | 73%        | 73%                                     | 73%   | Gerencia de<br>Televisión |

|           | OEI/AEI  |   |   | Linead | Linea de base Valor actual | Valor     | ctual | Logro | s espe | ados e | n el pe | Logros esperados en el período del plan | a plan | Unidad                                   |
|-----------|--|---|---|--------|----------------------------|-----------|-------|-------|--------|--------|---------|---|--------|--|
| Código    | Descripción  | nombre dei<br>Indicador   | Método de Cálculo   | Valor  | Año                        | Valor     | Año   | 2017  | 2018   | 2019   | 2020    | 2021                                    | 2022   | Orgánica<br>responsable<br>del indicador |
|           | cultural e<br>integración<br>nacional.   | Porcentaje de programas de radio que promueven la diversidad cultural e integración nacional. | (N° de programas que<br>promueven la diversidad cultural<br>e integración nacional/<br>N° total de programas en la<br>parrilla)*100   | 57%    | 2015                       | %09       | 2016  | %09   | %09    | %09    | 75%     | 75%                                     | 75%    | Gerencia de<br>Radio                     |
| OEI.02    | 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.                     | (N° de programas para niños y<br>jóvenes emitidos/<br>N° total de programas en la<br>parilla)*100   | 100%   | 2016                       | 100% 2016 | 2016  | %68   | 71%    | %12    | 48%     | 48%                                     | 48%    | Gerencia de<br>Televisión                |
| cción Es  | Acción Estratégica del OEI.02  |   |   |        |                            |           |       |       |        |        |         |   |        |  |
| AEI.02.01 | Producción<br>propia y difusión<br>de contenidos<br>orientados a<br>niños, niñas y<br>juventud                             | Porcentaje de programas de estreno propios dirigidos a niños y jóvenes.                       | (N° de programas audiovisuales<br>de estreno propios orientados a<br>los niños y jóvenes/<br>N° total de programas<br>audiovisuales en la pamilla<br>orientados a niños y<br>jóvenes)*100 | 20%    | 2016                       | 20%       | 2016  | 19%   | 13%    | 13%    | 12%     | 12%                                     | 12%    | Gerencia de<br>Televisión                |
| i         |  | Porcentaje de programas de coproducción realizados.   | (N° de programas de<br>coproducción realizados/<br>N° total de programas en la<br>parrilla)*100   | 7%     | 2016                       | %2        | 2016  | %9    | 5%     | %9     | 2%      | 2%                                      | 2%     | Gerencia de<br>Televísión                |
| AEI.02.02 | programatica<br>diversificada,<br>dirigida a la<br>audiencia infantil<br>y juvenii.  | Porcentaje de formatos enlatados adquiridos.  | (N° de formatos enlatados<br>adquiridos/<br>N° total de programas en la<br>parrilla)*100  | %29    | 2016                       | 62%       | 2016  | 51%   | 20%    | 48%    | 35%     | 35%                                     | 35%    | Gerencia de<br>Televisión                |

| Valor Año Valor Año |
|---------------------|
| 2016                |
|                     |
| 2016                |
| 2016                |
| 0. Y.               |
| 2016                |
|                     |
| 2015 95.5%          |
|                     |

| Unidad                                  | Orgánica<br>responsable<br>del indicador | Gerencia<br>Técnica 1/   | 0GAL 4/   | OGPD, GAF 5/  |
|---|--|--|---|---|
| l plan                                  | 2022                                     | 95%  | 20  | 93%   |
| Logros esperados en el período del plan | 2021                                     | 95%  | 20  | 93%   |
| ad la us                                | 2020                                     | %56  | 20  | 93%   |
| rados                                   | 2017 2018 2019                           | %26  | 20  | 100%  |
| os esbe                                 | 2018                                     | 95%  | 4   | 95%   |
|   | 2017                                     | 95%  | 4   | 95%   |
| actual                                  | Año                                      | 95.2% 2016   | 2016  | 2016  |
| Valor                                   | Valor                                    | 95.2%  | 9   | %4%   |
| Línea de base Valor actual              | Año                                      | 2015   | 2015  | 2015  |
| Línea d                                 | Valor                                    | 96.8%  | 13  | %86   |
|   | Método de Cálculo                        | (N° de transmisores de radio operativos/<br>N° total de transmisores de radio que posee el IRTP)*100 | N° de convenios implementados   | Promedio de la sumatoria de los resultados de avance del grado de cumplimiento de las metas del POI y del presupuesto programado del IRTP |
| Nombre del                              | Indicador                                | Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de radio.                        | Número de convenios interinstitucionales y alianzas estratégicas implementadas. | Porcentaje del grado del desempeño linstitucional.  |
| OEI/AEI                                 | Descripción                              |  | Fortalecer el posicionamiento de la Institución.                                | Mejorar el Porcen randimiento y el grado desempeño de la gestión institucional.   |
|   | Código                                   |  | AEI.04.02   | AEI.04.03   |

Nota: OEI= Objetivo Estratégico Institucional; AEI= Acción Estratégica Institucional

1/ Gerencia Técnica y de Operaciones (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)

2/ Funciones a cargo de la Gerencia Técnica y de Operaciones, y de la Gerencia General (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)

3/ Oficina de Planeamiento y Presupuesto (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)

4/ Oficina de Asesoría Jurídica (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)

5/ Funciones a cargo de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (Decreto Supremo N°006-2018-MC de fecha 17.08.2018)



#### **ANEXOS**

#### ANEXO I. PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS

| N° |               | PROYECTO DE INVERSIÓN   | ESTADO DEL PIP            |
|----|---------------|---|---------------------------|
|    | INSTITUCIONAL | PÚBLICA   |                           |
| 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<br>Televisión Digital Terrestre ISDB-T<br>en el Perú, Territorio I, II, III y IV<br>(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<br>Producción descentralizados y<br>ampliación de la red de Transmisión<br>de Radio Nacional del Perú (Centros<br>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 Nº 04

| PESEM 2017-2021 d   | el SECTOR CULTURA  | PEI 2017   | -2022 del IRTP  |
|---|--|--|---|
| OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO   | ACCIÓN<br>ESTRATÉGICA  | OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO  | ACCIÓN ESTRATÉGICA  |
| 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. | A.E.1.2. Promover el conocimiento, acceso, participación, disfrute y difusión de la diversidad de expresiones culturales y de las memorias históricas.   |  | 1.1. Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as.                             |
| O.E. 2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.   | 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. | O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía | 1.2. Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional. |
| O.E. 3, Consolidar a la<br>cultura como pilar de<br>desarrollo e identidad<br>nacional.   | A.E.3.4. Generar e impulsar la producción y difusión de información, investigación y conocimientos vinculados al Sector Cultura.   |  |   |



| PESEM 2017-2021 de  | el SECTOR CULTURA  | PEI 2017-2   | 022 del IRTP   |
|---|--|--|--|
| OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO   | ACCIÓN<br>ESTRATÉGICA  | OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO  | ACCIÓN ESTRATÉGICA   |
|   | A.E.3.13. Fomentar la creatividad y desarrollo de las industrias culturales y las artes.   |  |  |
| de la población, sobretodo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo. | creatividad garantizando la libertad de expresión, proponiendo la implementación de políticas educativas e impulsando la innovación. | O.E. 2. Fomentar la producción y difusión de contenidos                    | 2.1. Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana.  2.2 Coproducciones y adquisiciones de |
| O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.  | alianzas con el Sector   | audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana. | contenidos en una oferta<br>programática<br>diversificada, dirigida a la<br>audiencia infantil y juvenil.                            |



| PESEM 2017-2021 d  | el SECTOR CULTURA   | PEI 2017-  | 2022 del IRTP   |
|--|---|--|---|
| OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO  | ACCIÓN<br>ESTRATÉGICA   | OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO  | ACCIÓN ESTRATÉGICA  |
| O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional. | 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.                      |  | 3.1. Patrimonio audiovisual y fonográfico                     |
|  | 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. |  | del IRTP recuperado.  3.2. Material audiovisual y fonográfico |
|  | A.E.3.6. Promover la cooperación interinstitucional nacional e internacional y asociaciones públicoprivadas para el desarrollo, protección y promoción del Patrimonio Cultural.     | O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población. | usado por la población.                                       |
|  | 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.3.10. Implementación de estrategias de promoción de la  |  |   |



| PESEM 2017-2021 de  | el SECTOR CULTURA  | PEI 2017-2   | 022 del IRTP  |
|---|--|--|---|
| OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO   | ACCIÓN<br>ESTRATÉGICA  | OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO  | ACCIÓN ESTRATÉGICA  |
|   | diversidad cultural y las memorias históricas.  A.E.3.12. Implementar y mantener un sistema integrado de información cultural.   |  |   |
| 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. | A.E.1.8. Optimizar la gestión coordinada entre los distintos niveles de gobierno y sectores para garantizar el ejercicio de los derechos culturales.   |  | 4.1. Optimizar el equipamiento y la infraestructura.  |
| O.E. 2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.   | A.E.2.1.Incorporar el enfoque intercultural en las Políticas Públicas y Planes Estratégicos en todos los sectores y niveles de gobierno.  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. | O.E.4. Fortalecer la<br>gestión institucional en<br>beneficio de la<br>ciudadanía. | 4.2. Fortalecer el posicionamiento de la Institución.  4.3. Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional. |
|   | A.E.2.3. Generar información y conocimiento en materia cultural para la toma de  |  |   |



| PESEM 2017-2021 d  | el SECTOR CULTURA  | PEI 2017-2              | 2022 del IRTP      |
|--|--|-------------------------|--------------------|
| OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO  | ACCIÓN<br>ESTRATÉGICA  | OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO | ACCIÓN ESTRATÉGICA |
|  | decisiones y gestión de<br>políticas públicas en el<br>Estado.   |                         |                    |
|  | A.E.2.4. Generar información y evidencia que permita una gestión intercultural mediante el uso de la variable étnica.  |                         |                    |
|  | A.E.2.11. Promover el desarrollo de lineamientos, programas y acciones para la capacitación de servidores públicos para adquirir competencias interculturales.   |                         |                    |
|  | A.E.2.12. Promover programas de capacitación continua de servidores públicos para la gestión cultural con estándares de calidad.   |                         |                    |
| O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional. | 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. |                         |                    |
|  | A.E.3.3. Implementar programas y acciones para el desarrollo de capacidades de todos   |                         |                    |



| ESEM 2017-2021 c       | lel SECTOR CULTURA  | PEI 2017                | -2022 del IRTP     |
|------------------------|---|-------------------------|--------------------|
| OBJETÍVO<br>STRATÉGICO | ACCIÓN<br>ESTRATÉGICA   | OBJETIVO<br>ESTRATÉGICO | ACCIÓN ESTRATÉGICA |
|                        | los actores vinculados con el sector cultura.   |                         |                    |
|                        | A.E.3.6. Promover la cooperación interinstitucional nacional e internacional y asociaciones públicoprivadas 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.3.12. Implementar y mantener un Sistema Integrado de Información Cultural.  |                         |                    |



#### **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.

| Nombre del indicador                              | Porcentaj   | e de progra   | mas redise   | nados e i   | mplement   | ados   |
|---|---|---|--|---|--|--|
| Definición  | e implem  | a el porcent<br>entado en<br>s existente                | comparaci  | ón con e  |  |  |
| Tipo de Indicador                                 | Indicador   | de product  | 0  |   |  |  |
| Nivel de desagregación geográfica                 | Nacional  | 4   |  | -   |  |  |
| Línea de Base o valor                             |   |   |  |   |  |  |
| base  | Linea   | de base o<br>base                                       | valor  |   | Año  | 3  |
|   | Service de  | 2%  | Termon 2   |   | 2015   | ncieu = 1/2                                  |
|   |   | offiley opt   | In the country of  | 1,241   |  |  |
| Valor actual                                      | 21 2 37   | erationer after   | et recurs  |   |  |  |
|   | v   | alor actua  | interferen   | Œ.  | Año  |  |
|   |   | 2%  |  |   | 2016   | 4.55   |
| Meta  | 2017<br>7%  | 2018<br>6%  | <b>2019</b><br>6%  | 2020<br>5%  | <b>2021</b> 5%   | 2022   |
| Justificación                                     |   | j 6%<br>mos años s                                      |  |   |  | 5%   |
|   | programa:<br>este indica<br>novedoso:<br>que promi<br>Perú. | s que han p<br>ador se des<br>s, dando p<br>ueven valor | permitido re<br>sea medir la<br>referencia<br>res, la iden | novar la p<br>a cantidad<br>a la prod<br>tidad naci | parrilla; a t<br>I de progr<br>lucción na<br>onal e im | ravés de<br>amas de<br>acional y<br>agen del |
| Fórmula o método de<br>cálculo                    | (N° de pro  | gramas red  | diseñados/N  | l° de prog  | ramas tot  | ales) x                                      |
| Periodicidad de las<br>mediciones y reporte       | Anual   |   |  |   |  |  |
| Fuente de datos                                   | Gerencia<br>los progra                                      | de Televisionas   | ón - Report  | e de mejo   | ra de calid  | dad de                                       |
| Fuente de Verificación del<br>indicador           |   | l° 2 de eval  | uación de a  | actividade  | s y metas  | de TV  |
| Órgano y entidad<br>responsable de la<br>medición | Gerencia  | de Televisió  | ón   |   |  | £,   |



| Nombre del indicador                        | Porcentaje de programas de estreno  |      |               |      |             |       |
|---|---|------|---------------|------|-------------|-------|
| Definición                                  | Determina el porcentaje de programas nuevos en la parrilla en comparación con el número total de programas existentes en la parrilla.   |      |               |      |             |       |
| Tipo de Indicador                           | Indicador de producto   |      |               |      |             |       |
| Nivel de<br>desagregación<br>geográfica     | Nacional  |      |               |      |             |       |
| Línea de Base o valor                       |   |      |               |      |             |       |
| base  | Línea de base o valor base  |      |               | Año  |             |       |
|   | 22%   |      |               | 2015 |             |       |
| and the second                              |   |      |               |      |             |       |
| Valor actual                                | , as 19.55  |      | 5 2 100 F 2 1 |      |             |       |
|   | Valor actual  |      |               | Año  |             |       |
|   | 7%  |      |               | 2016 |             |       |
|   |   |      |               | ,0   | le i se ser | 3 8 5 |
| Meta  | 2017  | 2018 | 2019          | 2020 | 2021        | 2022  |
|   | 9%  | 8%   | 8%            | 8%   | 8%          | 8%    |
| Justificación                               | 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. |      |               |      |             |       |
| Limitaciones y supuestos empleados          |   |      |               |      |             |       |
| Fórmula o método de<br>cálculo              | (N° de programas de estreno/N° de programas totales) x 100  |      |               |      |             |       |
| Periodicidad de las<br>mediciones y reporte | Anual   |      |               |      |             |       |
| Fuente de datos                             | Gerencia de Televisión - Reporte de la programación   |      |               |      |             |       |
| Fuente de Verificación del indicador        | Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas de TV   |      |               |      |             |       |
| Organo y entidad responsable de la medición | Gerencia de Televisión  |      |               |      |             |       |



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

| Nombre del indicador                     | Porcentaje de nuevos programas implementados dirigidos a niños y jóvenes.   |  |   |   |   |   |  |
|--|---|--|---|---|---|---|--|
| Definición                               | Determina el porcentaje de programas nuevos implementados en<br>la parrilla y que son dirigidos a niños y jóvenes en comparación<br>con el número total de programas de la parrilla.  |  |   |   |   |   |  |
| Tipo de Indicador                        | Indicado  | r de Product   | 0   |   |   |   |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica     | Naciona   |  |   |   | -   |   |  |
| Línea de Base o valor                    |   |  |   |   |   | ·   |  |
| base                                     | Linea   | de base o va   | lor base  |   | Año   |   |  |
|  | L   | 100%   |   |   | 2016  |   |  |
| Valor actual                             |   |  |   |   |   |   |  |
|  |   | Valor actua  | ıl  |   | Año   |   |  |
|  | L   | 100%   |   |   | 2016  |   |  |
| Meta                                     | 2017  | 2018   | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |  |
|  | 89%   | 71%  | 71%   | 48%   | 48%   | 48%   |  |
|  | programa<br>recursos<br>integral r<br>radio y te<br>entretenii<br>contaba<br>10 horas   | d de entrete<br>as se quiere<br>formativos<br>nediante la t<br>elevisión con<br>miento. Al la<br>con una para<br>diarias de es<br>rilla de lanza | promover y of privilegiados ransmisión o contenido o canzamiento rilla y con proternos, por l | difundir el : s para im le program cultural, art del canal ogramas y o que la lír | arte y la cu pulsar la nas en las s ístico, educ la prograi coproduce | Itura como<br>educación<br>señales de<br>cativo y de<br>mación ya<br>ciones con |  |
| Limitaciones y supuestos<br>empleados    | 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) |  |   |   |   |   |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo           | programa  | gramas para<br>is en la parril   | ı niños y jóve<br>la x 100.   | enes emitic   | dos/N° total  | de  |  |
| Periodicidad de las mediciones y reporte | Anual   |  |   |   |   |   |  |
| Fuente de datos                          |   | de Televisió<br>a niños y jóve   |   | de la progr   | amación de  | el Canal  |  |



| Fuente de Verificación del<br>indicador     | Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe   |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|
| Órgano y entidad responsable de la medición | Gerencia de Televisión  |  |  |  |  |  |
|   | general communication and the second of the |  |  |  |  |  |

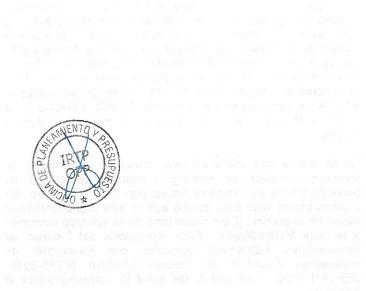


# O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población

| Nombre del indicador                        | Porcentaje de documentos digitalizados.   |  |   |  |  |   |  |
|---|---|--|---|--|--|---|--|
| Definición                                  | Determina el porcentaje de horas de material audiovisual  |  |   |  |  |   |  |
|   | digitalizado en comparación con el número total de horas  |  |   |  |  |   |  |
| Time de testinado                           |   | ra digitalizar.  |   |  |  |   |  |
| Tipo de Indicador                           | Indicador de Producto   |  |   |  |  |   |  |
| Nível de desagregación<br>geográfica        | Nacional  |  |   |  |  |   |  |
| Línea de Base o valor                       | <del> </del>  |  |   |  |  |   |  |
| base  |   |  |   |  |  |   |  |
|   | Linea de b  | ase o valor  | base  |  | Año  |   |  |
|   |   | -  |   |  | 016  |   |  |
|   |   |  |   |  | ****   |   |  |
| Valor actual                                |   |  |   |  |  |   |  |
|   |   |  |   |  |  |   |  |
|   | Val   | lor actual   |   |  | \ño  |   |  |
|   |   | -  |   | 2  | 016  |   |  |
|   |   |  |   |  |  |   |  |
| Meta  | 2017  | 2018   | 2019  | 2020   | 2021   | 2022  |  |
|   | 20%   | 30%  | 20%   | 10%  | 10%  | 10%   |  |
| Limitaciones y supuestos                    | años de histo<br>tiene casi &<br>importante la<br>esto significa<br>técnico docu<br>que yacen en<br>Radio Nacio<br>(que contien<br>47.57% corre<br>9.51% a Pro<br>Filiales. | n el seno del<br>onal: 110,375<br>le 103,794 h<br>esponde a Ra<br>ensa, 9.95%  | o Naciona historia n del patri ación, mig s archivos IRTP des cintas a oras de c adio Nacio al archiv | Il fue cread por lo que monio aud gración dig fonográfica de la funda audiovisual ontenidos) onal, 21.08 o histórico | a en enere e es sun iovisual de iital y traí os y audio ción de Tes y fonce, de las como a Televo, y el 11 | o 1937 y namente el IRTP y tamiento visuales V Perú y ográficas uales el visión, el 1.89% a |  |
| empleados                                   | inversión for proyecto dificalgunos tieno objeto de la la la Guía Melaneamiento Presidencia CEPLAN /PIAnexo 2).   | 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 |   |  |  |   |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo              | N° de horas o   | digitalizadas/i  | N° total de   | horas par  | a digitaliza   | ar x 100  |  |
| Periodicidad de las<br>mediciones y reporte | Anual   |  |   |  |  |   |  |
| Fuente de datos                             | Gerencia Té documentos  |  |   | vance de   | digitaliza   | ción de   |  |



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



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

| Nombre del indicador                        | Porcentaje de avance en la actualización de los instrumentos de gestión institucional.   |   |   |   |   |   |  |  |
|---|--|---|---|---|---|---|--|--|
| Definición                                  | Determina el porcentaje de avance en cuanto al proceso de actualización de los instrumentos de gestión institucional.  |   |   |   |   |   |  |  |
| Tipo de Indicador                           | Indicador de Proceso   |   |   |   |   |   |  |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica        | Nacional   |   |   |   |   |   |  |  |
| Línea de Base o valor base                  |  | State of Earlies  |   | 4 70 0  |   | g = === 1 = 1 = 1   |  |  |
|   | Línea de   | base o valo   | r base  | SHETTI P. L.  | Año   |   |  |  |
|   |  | 10%   |   | 1-1   | 2016  |   |  |  |
| Walan natural                               |  |   |   |   | 150   | HE PER  |  |  |
| Valor actual                                |  |   |   |   |   |   |  |  |
|   | V  | alor actual   | 4 68 15/60 15/5   |   | Año   |   |  |  |
|   |  | 10%   | LONG VITT   |   | 2016  |   |  |  |
| Meta  | 2017   | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |  |  |
| 111044                                      | 50%  | 80%   | 100%  | 100%  | 100%  | 100%  |  |  |
| Limitaciones y supuestos<br>empleados       | gestión pút<br>bienestar d<br>Al no existi<br>ha conside<br>indicador, e<br>luego, en la<br>histórica se<br>valor cero<br>acción. (E<br>Metodológi<br>Estratégico<br>de Consejo<br>literal C. co | públicas el plica para reselel ciudadano r datos para erado el valcen nuestro ca medida que elegirá un porque aún este mecanisca - Fase In aprobado o Directivo N°rrespondiente | sultados que o y el desarro algunos valor del primo aso se ha to e se cuente valor más a no estaba ismo se ha stitucional con Resolucion10-2016-0 de al Anexo | e impacte rollo del pa lores de la er resultac e con may apropiado implement aplicado d del Proces ción de Pr CEPLAN /F 2). | positivam aís. Ilínea de do de me del año 20 or serie in En algur tado el ob conforme so de Plar residencia | base", se dición del 16, para formación los tienen jeto de la a la Guía leamiento Ejecutiva eral 5. del |  |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo              | (N° de Ir  | nstrumentos<br>os de gestiór  | de gesti  | ón actua  | lizados/  | Total de  |  |  |
| Periodicidad de las                         | Anual  | 20 6706 325   | Larrer 9 50   | AShera **   |   |   |  |  |
| mediciones y reporte                        |  |   | their street  | Mary 1  |   |   |  |  |
| Fuente de datos                             |  | eneral - Ofic<br>l avance de  |   |   |   |   |  |  |
| Fuente de Verificación del<br>indicador     | Informe de<br>IRTP   | avance de la  | a moderniza   | ación de la   | gestión p   | ública en   |  |  |
| Órgano y entidad responsable de la medición |  | eneral, Ofici   | na de Plani   | ficación y  | Desarrollo  | 1   |  |  |



# 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.

|  | Horas de contenidos informativos emitidos de prensa.  |   |  |  |   |   |  |
|--|---|---|--|--|---|---|--|
| Definición   | Determina la cantidad de horas de información emitidas a través de las plataformas de prensa de IRTP.   |   |  |  |   |   |  |
| Tipo de Indicador  | Indicador de producto   |   |  |  |   |   |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica   | Nacional  |   |  |  |   |   |  |
| Línea de Base o valor  |   |   |  |  |   |   |  |
| base   | Línea d   | le base o va  | alor base  | N/   | Año   |   |  |
| 1 1 500  |   | 1,720   | 169(3)   |  | 2015  |   |  |
| Valor actual   | 180   | 7778  | V1 6.1   |  |   |   |  |
|  | 37  | V-1   | 7.63   |  | 85.   |   |  |
| and the state of t | _   | Valor actua   | aı   |  | Año   | - 20  |  |
| And the second   |   | 4,652   | ero lan  |  | 2016  |   |  |
| Meta   | 2017  | 2018  | 2019   | 2020   | 2021  | 2022  |  |
|  | 6,120   | 6,900   | 6,150  | 9,259  | 9,259   | 9,259   |  |
| Justificación  | 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 |   |  |  |   |   |  |
| The Property of the Property o | importan<br>digital te<br>Noticias,<br>televisiór<br>población<br>regionale<br>el impac<br>cantidad   | te determina<br>errestre (TE<br>así como d<br>n en Huanca<br>n noticias<br>es, por lo qu<br>to de estos<br>de horas de                  | ado por la p<br>DT), la am<br>de la descel<br>lyo y Arequi<br>con acor<br>e a través de<br>s factores de<br>e informació                         | uesta en m pliación de ntralización pa con el o ntecer reg le este indi en cuanto n ofrecidas                        | narcha de le le nuevo le le nuevo le la proletivo de gional y cador se de la le | a televisiór<br>Centro de<br>ducción de<br>ofrecer a la<br>programas<br>lesea medi<br>lento de la |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo   | importan<br>digital te<br>Noticias,<br>televisiór<br>población<br>regionale<br>el impac<br>cantidad   | te determina<br>errestre (TE<br>así como d<br>n en Huanca<br>n noticias<br>es, por lo que<br>to de estos                                | ado por la p<br>DT), la am<br>de la descel<br>lyo y Arequi<br>con acor<br>e a través de<br>s factores de<br>e informació                         | uesta en m pliación de ntralización pa con el o ntecer reg le este indi en cuanto n ofrecidas                        | narcha de le le nuevo le le nuevo le la proletivo de gional y cador se de la le | a televisiór<br>Centro de<br>ducción de<br>ofrecer a la<br>programas<br>lesea medi<br>lento de la |  |
| Fórmula o método de  | importan<br>digital te<br>Noticias,<br>televisiór<br>población<br>regionale<br>el impac<br>cantidad   | te determina<br>errestre (TE<br>así como d<br>n en Huanca<br>n noticias<br>es, por lo qu<br>to de estos<br>de horas de                  | ado por la p<br>DT), la am<br>de la descel<br>lyo y Arequi<br>con acor<br>e a través de<br>s factores de<br>e informació                         | uesta en m pliación de ntralización pa con el o ntecer reg le este indi en cuanto n ofrecidas                        | narcha de le le nuevo le le nuevo le la proletivo de gional y cador se de la le | a televisiór<br>Centro de<br>ducción de<br>ofrecer a la<br>programas<br>lesea medi<br>lento de la |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo<br>Periodicidad de las  | importan digital te Noticias, televisiór regionale el impacantidad N° de ho  Anual  Gerencia contenida  | te determina<br>errestre (TE<br>así como d<br>n en Huanca<br>n noticias<br>es, por lo qu<br>to de estos<br>de horas de<br>ras de inforr | ado por la p  OT), la am  de la descel  yo y Arequi  con acor  e a través o  s factores  e informació  mativos emi  - Reporte d  a.              | uesta en m pliación de ntralización pa con el o ntecer reg le este indi en cuanto n ofrecidas tido en pre e horas de | narcha de le nuevo de la probjetivo de la probjetivo de la probjetivo de la incrementa al público nsa.              | a televisión<br>Centro de<br>ducción de<br>ofrecer a la<br>programas<br>lesea medi<br>iento de la |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo<br>Periodicidad de las<br>mediciones y reporte  | importan digital te Noticias, televisiór población regionale el impactantidad N° de ho  Anual  Gerencia contenida Formato   | te determina<br>errestre (TE<br>así como d<br>n en Huanca<br>n noticias<br>es, por lo qu<br>to de estos<br>de horas de<br>ras de inforr | ado por la p  OT), la am  de la desce  nyo y Arequi  con acor  e a través o  s factores  informació  mativos emi  - Reporte d  a.  físicas alcar | uesta en m pliación de ntralización pa con el o ntecer reg le este indi en cuanto n ofrecidas tido en pre e horas de | narcha de le nuevo de la probjetivo de la probjetivo de la probjetivo de la incrementa al público nsa.              | a televisión<br>Centro de<br>ducción de<br>ofrecer a la<br>programas<br>lesea medi<br>iento de la |  |



|   | Horas de contenidos informativos emitidos de radio  |   |  |  |   |  |  |
|---|---|---|--|--|---|--|--|
| Definición  | Determina la cantidad de horas de información emitidas a través de las plataformas de radio de IRTP.  |   |  |  |   |  |  |
| Tipo de Indicador   | Indicador de producto   |   |  |  |   |  |  |
| Nivel de desagregación geográfica   | Nacional  |   |  |  |   |  |  |
| Línea de Base o valor base  | Línea de base o valor base Año  |   |  |  |   |  |  |
|   | 4440  | DE LOUIS COM  |  | 2015   |   |  |  |
| Valor actual  |   |   |  |  |   |  |  |
|   | Valor ac  | fual  |  | Áño  |   |  |  |
|   | 1,834   |   |  | 2016   |   |  |  |
|   | 5245153   | S. STER   | F1656 / 15   |  | 78  |  |  |
| Meta  | 2017 2018   |   | 2020   | 2021   | 2022  |  |  |
| Justificación   | 2,190 2,800   |   | 2,190  | 2,190  | 2,190   |  |  |
|   | 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 |   |  |  |   |  |  |
|   | implementar cent<br>regional, con una<br>realidad e interés<br>indicador se desea<br>al incremento de la<br>al público.   | ro de produ<br>programaciór<br>local y regior<br>medir el impa<br>a cantidad de   | cción desc<br>n diferencia<br>nal, por lo c<br>acto de esto<br>horas de ir                               | entralizado<br>da, de acu<br>que a travé<br>es factores<br>enformación       | o a nivel<br>erdo a su<br>es de este<br>en cuanto |  |  |
|   | implementar cent<br>regional, con una<br>realidad e interés<br>indicador se desea<br>al incremento de la  | ro de produ<br>programaciór<br>local y regior<br>medir el impa<br>a cantidad de   | cción desc<br>n diferencia<br>nal, por lo c<br>acto de esto<br>horas de ir                               | entralizado<br>da, de acu<br>que a travé<br>es factores<br>enformación       | o a nivel<br>erdo a su<br>es de este<br>en cuanto |  |  |
| cálculo<br>Periodicidad de las  | implementar cent<br>regional, con una<br>realidad e interés<br>indicador se desea<br>al incremento de la<br>al público.   | ro de produ<br>programaciór<br>local y regior<br>medir el impa<br>a cantidad de   | cción desc<br>n diferencia<br>nal, por lo c<br>acto de esto<br>horas de ir                               | entralizado<br>da, de acu<br>que a travé<br>es factores<br>enformación       | o a nivel<br>erdo a su<br>es de este<br>en cuanto |  |  |
| cálculo<br>Periodicidad de las<br>mediciones y reporte  | implementar cent regional, con una realidad e interés indicador se desea al incremento de la al público.  N° de horas de infe   | ro de produ<br>programación<br>local y region<br>medir el impa<br>a cantidad de<br>ormativos em                         | cción desc<br>n diferencia<br>nal, por lo c<br>acto de esto<br>horas de ir<br>itido de rad               | entralizado<br>da, de acu<br>que a travé<br>os factores<br>nformación<br>io. | o a nivel<br>erdo a su<br>es de este<br>en cuanto |  |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo<br>Periodicidad de las<br>mediciones y reporte<br>Fuente de datos<br>Fuente de Verificación del<br>indicador | implementar cent regional, con una realidad e interés indicador se desea al incremento de la al público.  N° de horas de info   | ro de produ<br>programación<br>local y region<br>medir el impa<br>a cantidad de<br>prmativos em<br>o - Reporte de<br>o. | cción desc<br>n diferencia<br>nal, por lo c<br>acto de esto<br>horas de ir<br>itido de rad<br>horas de e | entralizado<br>da, de acu<br>que a travé<br>os factores<br>oformación<br>io. | o a nivel<br>erdo a su<br>es de este<br>en cuanto |  |  |



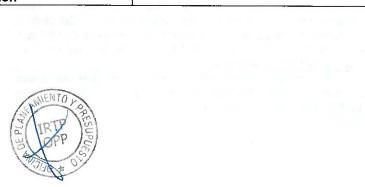
# O.E.1. Mejorar la calidad de la información y de los contenidos audiovisuales, que promuevan la integración en la ciudadanía.

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

| Nombre del indicador                              | Porcentaje de programas de televisión que promueven la diversidad cultural e integración nacional.   |   |  |   |   |                                       |  |
|---|--|---|--|---|---|---------------------------------------|--|
| Definición  | 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 |   |  |   |   |                                       |  |
| Tipo de Indicador                                 | Indicador de producto  |   |  |   |   |                                       |  |
| Nivel de desagregación geográfica                 | Nacional   |   |  |   |   |                                       |  |
| Línea de Base o valor                             | Francis  |   |  |   |   |                                       |  |
| base  | Linea de   | e base o v  | alor base  |   | Año   |                                       |  |
|   | NO.CC  | 41%   | E 6258   | 51 fee  | 2015  | And the last                          |  |
| Valor actual                                      |  | 7.38 C T  | 10000  | 1000  |   |                                       |  |
|   |  | Valor actu  | al   | erifica al  | Año   | PE 1977                               |  |
|   | 21 120   | 43%   | and the beautiful and  | 1969 2530   | 2016  |                                       |  |
|   | el el manor  | n ar mente  | en seri so   | arranga para  |   |                                       |  |
| Meta  | 2017   | 2018  | 2019   | 2020  | 2021  | 2022                                  |  |
|   | 43%  | 45%   | 45%  | 73%   | 73%   | 73%                                   |  |
|   | Nación pa<br>afirmar la<br>intentos d<br>important   | ira coadyu<br>identidad<br>ie consolid<br>e contar co | siones mult<br>var a la inte<br>nacional, p<br>ar una ofert<br>n un indica<br>ra la que ha | gración de<br>por lo que :<br>ta variada y<br>dor que mic | todos los p<br>su parrilla<br>y plural por<br>da de qué i | eruanos y<br>refleja los<br>lo que es |  |
| Fórmula o método de cálculo                       | (N° de pro   | ogramas qu  | ie promuev<br>/N° total de   | en la diver   | sidad cultu   | ral e<br>illa) x 100                  |  |
| Periodicidad de las                               | Anuai  |   |  | , <u></u>   |   |                                       |  |
| mediciones y reporte                              |  |   |  |   |   |                                       |  |
| Fuente de datos                                   | Gerencia<br>Televisión   |   | ión - Report   | te de la pro  | ogramación  | de                                    |  |
| Fuente de Verificación del indicador              |  |   | físicas alca   | nzadas de   | televisión.   |                                       |  |
| Órgano y entidad<br>responsable de la<br>medición | Gerencia   | de Televis  | ión.   |   |   |                                       |  |



| Nombre del indicador                                   | Porcentaje de programas de radio que promueven la diversidad cultural e integración nacional.  |  |  |   |   |   |
|--|--|--|--|---|---|---|
| Definición   | 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. |  |  |   |   |   |
| Tipo de Indicador                                      | Indicador  | de product   | to   |   |   |   |
| Nivel de desagregación<br>geográfica                   | Nacional   | 1 15 × 15  |  |   | - 4   | ender of  |
| Línea de Base o valor<br>base                          | Línea d  | e base o v   | alor base  |   | Año   |   |
|  | -1 1   | 57%  | Total last a   | <u> </u>  | 2015  |   |
| Valor actual   | - 29 - 29 - 20   |  |  |   |   |   |
|  |  | Valor actu   | al   |   | Año   |   |
|  |  | 60%  |  | 08/80 =   | 2016  |   |
| Meta   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020  | 2021  | 2022  |
|  | 60%  | 60%  | 60%  | 75%   | 75%   | 75%   |
|  | promover<br>Nación pa<br>afirmar la<br>intentos d<br>importanto  | las expres<br>ira coadyuv<br>identidad<br>e consolida<br>e contar co   | ales y de siones multivar a la integnacional, por una ofertan un indicado ra la que ha | iétnicas y<br>gración de l<br>or lo que s<br>a variada y<br>lor que mid | pluricultura<br>todos los p<br>su parrilla<br>plural por<br>la de qué r | ales de la<br>eruanos y<br>refieja los<br>lo que es |
|  |  | cumple su misión para la que ha sido creado.  (N° de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional/N° total de programas en la parrilla) x 100 |  |   |   |   |
| Fórmula o método de<br>cálculo                         |  |  | e promueve   | en la divers  | idad cultur   |   |
| cálculo<br>Periodicidad de las<br>mediciones y reporte |  |  | e promueve   | en la divers  | idad cultur   |   |
| cálculo<br>Periodicidad de las<br>mediciones y reporte | Integració<br>Anual  | n nacional/  | e promueve   | en la divers<br>programas   | sidad cultur<br>en la parri   | lla) x 100  |
| cálculo<br>Periodicidad de las                         | Anual Gerencia   | n nacional/<br>de Radio -  | e promueve<br>N° total de p  | en la divers<br>programas<br>la program                                 | sidad cultur<br>en la parri<br>nación de F                              | lla) x 100  |



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.

| Nombre del indicador                                    | Porcentaje de programas de estreno propios dirigidos a niños y jóvenes.  |   |  |   |  |  |  |
|---|--|---|--|---|--|--|--|
| Definición  | 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. |   |  |   |  |  |  |
| Tipo de Indicador                                       | Indicador de Producto  |   |  |   |  |  |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica                    | Naciona  |   |  | - = =   |  |  |  |
| Línea de Base o valor                                   | 12.50  | 1 10000   | Commence of the same   |   | 1  |  |  |
| base  | Linea  | de base o   | valor base   |   | Año  | _  |  |
|   | 2447   | 20%   | A  |   | 2016   |  |  |
|   |  | 1.68%   | de resta   | 20 - 13 - 1   | <del></del>  |  |  |
| Valor actual  | ( 357 5  | 130   |  | 0.27  |  | -  |  |
|   |  | Valor ac  | tual   |   | Año  | **   |  |
|   |  | 20%   |  |   | 2016   |  |  |
|   | 200 S  | The Spirite   | AND THE PARTY  |   |  |  |  |
| Meta  | 2017   | 2018  | 2019   | 2020  | 2021   | 2022   |  |
|   | 19%  | 13%   | 13%  | 12%   | 12%  | 12%  |  |
|   | Peruana<br>lanzami<br>parrilla y<br>de estre<br>mejorad<br>con pro-  | a), canal ento del con progrenos, por la e incremos ducciones   | difigido a canal la pro-<br>ramas y copilo que es inentada de na nacionales. | los niño<br>gramaciór<br>roduccion<br>importante<br>nanera co   | s y los jón ya contaba<br>es con 10 ho<br>e que esta<br>nstante, prin  | venes. Al<br>a con una<br>oras diarias<br>oferta sea<br>cipalmente   |  |
| Limitaciones y supuestos empleados  Fórmula o método de | se ha co<br>indicado<br>luego, e<br>histórica<br>se ha<br>Instituci<br>aprobado<br>Directiv<br>corresp   | onsiderado<br>or, en nues<br>en la medida<br>a se elegir<br>aplicado<br>onal del<br>do con Res<br>o N°010-2<br>ondiente a<br>rogramas | solución de F<br>016-CEPLA!<br>I Anexo 2).<br>audiovisuale                   | primer res<br>na tomado<br>ente con m<br>nás apropi<br>la Guía<br>de Plan<br>Presidenci<br>N /PDC - I | sultado de mo la del año 2 nayor serie in iado. (Este reservado) Metodológicamiento la Ejecutiva onumeral 5. denos propios | edición del<br>1016, para<br>Información<br>mecanismo<br>ca - Fase<br>Estratégico<br>de Consejo<br>el literal C.<br>orientados |  |
| cálculo   | a niños  | y jóvenes   | / N° total de<br>a niños y jó  | e program   | nas audiovisi  | uales en la  |  |
| Periodicidad de las mediciones y reporte                | Anual  | J. W. (COUCE  |  |   | (2)  | Y31/1  |  |



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

| Nombre del indicador                              | Dorcentaio   | de progra                     | mas de co                 | producción   | realizados             |           |  |
|---|--|-------------------------------|---------------------------|--------------|------------------------|-----------|--|
| Definición  | Porcentaje de programas de coproducción realizados.  Determina el porcentaje de programas de coproducción  |                               |                           |              |                        |           |  |
| Demilicion  | realizados en comparación con la oferta total existente en   |                               |                           |              |                        |           |  |
|   | parrilla de programación.  |                               |                           |              |                        |           |  |
| Tipo de Indicador                                 | Indicador de Producto  |                               |                           |              |                        |           |  |
| Nivel de desagregación                            | Nacional Nacional  |                               |                           |              |                        |           |  |
| geográfica  | Nacional   |                               |                           |              |                        | İ         |  |
| Línea de Base o valor                             |  |                               |                           |              |                        | -         |  |
| base  | Línea de base o valor base Año   |                               |                           |              |                        |           |  |
| Dase  | Lillea ue  | 7%                            | IOI Dase                  |              | 2016                   |           |  |
|   |  | 1 70                          |                           | <del></del>  | 2010                   |           |  |
| Valor actual                                      |  |                               |                           |              |                        |           |  |
|   | · ·  | /alor actua                   | 1                         |              | Año                    |           |  |
|   | ·  | 7%                            |                           |              | 2016                   |           |  |
| Meta  | 2017   | 2018                          | 2019                      | 2020         | 2021                   | 2022      |  |
|   | 6%   | 5%                            | 6%                        | 2%           | 2%                     | 2%        |  |
| Justificación                                     | A través   | de esta                       | esta se                   | desea p      | romover                | elaciones |  |
|   | difundan<br>audiencia  | cultura, inf<br>infantil y ju | ormación,<br>venil a trav |              | niento sano<br>al IPe. | o para la |  |
| Limitaciones y supuestos empleados                | audiencia infantil y juvenil a través del Canal IPe.  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). |                               |                           |              |                        |           |  |
| Fórmula o método de                               | N° de pro  | gramas de                     | coproducci                | ión realizad | ios/N° total           | de        |  |
| cálculo   |  | s en la parr                  | ilia x 100                |              |                        |           |  |
| Periodicidad de las                               | Trimestra  |                               |                           |              |                        |           |  |
| mediciones y reporte                              | 0  | J. T. I                       | <u> </u>                  |              |                        |           |  |
| Fuente de datos                                   | realizadas   | 3.                            | •                         | te de copro  |                        |           |  |
| Fuente de Verificación del<br>indicador           | Canal IPe  | 1                             |                           | n de activi  | dades y me             | tas del   |  |
| Órgano y entidad<br>responsable de la<br>medición | Gerencia   | de Televisi                   | ón                        |              |                        |           |  |



| Nombre del indicador                              | Porcent  | aje de form  | atos y enla                 | tados adqu    | iridos       | 20 A 1 A 1 |  |  |
|---|--|--|-----------------------------|---------------|--------------|------------|--|--|
| Definición  | Determi<br>adquirid  | Determina el porcentaje de formatos y de programas enlatados adquiridos en comparación con el número total de programas existentes en la parrilla. |                             |               |              |            |  |  |
| Tipo de Indicador                                 | Indicado   | Indicador de producto  |                             |               |              |            |  |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica              | Nacional   |  |                             |               |              |            |  |  |
| Línea de Base o valor                             |  |  |                             |               |              |            |  |  |
| base  | Línea  |  | valor base                  |               |              |            |  |  |
|   |  | 62%  |                             |               | 2016         |            |  |  |
| Valor actual                                      |  |  |                             |               |              |            |  |  |
|   |  | Valor act  | ual                         |               | Año          |            |  |  |
|   |  | 62%  |                             |               | 2016         |            |  |  |
| Meta  | 2017   | 2018   | 2019                        | 2020          | 2021         | 2022       |  |  |
| Justificación                                     | 51%  | 50%  | 48%                         | 35%           | 35%          | 35%        |  |  |
| Limitaciones y supuestos empleados                | Es importante que la parrilla del nuevo Canal Ipe cuente cor 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.  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. |  |                             |               |              |            |  |  |
| cálculo   | la parrilla  | rmatos enla<br>x 100   | atados adqı                 | uiridos/N° to | otal de prog | ramas en   |  |  |
| Periodicidad de las mediciones y reporte          | Anual  |  | Shiff of                    | School St.    |              |            |  |  |
| Fuente de datos                                   |  |  | ión - Repor<br>os enlatados |               | isiciones de | ;          |  |  |
| Fuente de Verificación del<br>indicador           | Formato:<br>Canal IP   | s N° 2 y 3 c<br>e  | le evaluació                | n de activi   | dades y me   | tas del    |  |  |
| Órgano y entidad<br>responsable de la<br>medición | Gerencia   | 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.



| Nombre del indicador                                  | Porcentaje del P recuperado.  | atrimonio Au   | idiovisual y f   | onogratico  |   |  |  |  |
|---|---|--|--|---|---|--|--|--|
| Definición  | Todaporado.   | and the same of the  | gard - They the  |   |   |  |  |  |
| Tipo de Indicador                                     | Indicador de pro  | ducto  | e s statebace  |   |   |  |  |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica                  | Nacional  |  |  |   |   |  |  |  |
| Línea de Base o valor                                 |   |  |  |   | F2)   |  |  |  |
| base  | Línea de base   | o valor bas  | е  | Año   | and the destriction   |  |  |  |
|   | guildi-   | rater cass   | rof votel  | 2016  |   |  |  |  |
| Valor actual  |   |  |  |   | i inch  |  |  |  |
|   | Valor a   | actual   |  | Año   |   |  |  |  |
|   | AMERICAN PROPERTY.  | Vitela   |  | 2016  |   |  |  |  |
|   | C5.05   |  |  |   |   |  |  |  |
| Meta  | 2017 2018   | 2019   | 2020   | 2021  | 2022  |  |  |  |
| Justificación   | 40% 30%<br>El canal del Esta  | 20%  | 4%   | 4%  | 4%  |  |  |  |
| Limitaciones y supuestos<br>empleados                 | 58% del total. L tiene casi 80 ar 540,200 horas embargo, solo fonográfica. A t historia del Perú se cuenta con 1 contiene 103,79 corresponde a F a Prensa, 9.95% parte de estas n o de digitalizació No existe una lír relacionado cor Servicio de Docu sin embargo, el | ños de histo de producci cuenta col ravés de es en audio y v 10,375 cintas 4 horas de co Radio Nacior 6 al archivo ecesitan pasón.  nea de base y el Proyecto umentación A | ria. Se estirión conserven 28,143 lesta acción se ideo. Según es audiovisual portenidos), de la contenidos y un valor aco de Inversidadiovisual y un valor aco de Inversidadiovisual y | ma que del adas en a noras de e desea re el inventari les y fonogrie las cuales a Televisión el 11.89% coceso de retual. Este ol ón "Mejora" Fonográfic | pería tener rchivo; sin producción ccuperar la o realizado áficas (que s el 47.57% n, el 9.51% a Filiales y estauración bjetivo está miento del a del IRTP" |  |  |  |
| len ennen v   | objetivo por lo q<br>Se ha conside<br>implementado e  | ue no se ha<br>rado el va<br>l objeto de la  | podido cont<br>ilor cero p<br>acción.  | ar con una<br>orque aúr   | línea base.<br>n no está  |  |  |  |
| Fórmula o método de cálculo                           |   | (N° de unidades documentales recuperadas/N° total de unidades existentes para recuperar)X 100  |  |   |   |  |  |  |
| Periodicidad de las<br>mediciones y reporte           | Anual   |  |  |   | 8  5 5 e/0  |  |  |  |
| Fuente de datos                                       | Gerencia Técnio<br>del avance de re   |  |  |   |   |  |  |  |
| Fuente de Verificación del                            | Formatos N°1 y  | 2 de evalua  | ción de activ  | /idades y m   | etas de   |  |  |  |
| indicador Organo y entidad responsable de la medición | Gerencia Técnio<br>Gerencia Técnio  |  |  |   |   |  |  |  |



# 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.

| Nombre del indicador                              | Porcentaje de uso de los documentos digitalizados.   |   |   |   |   |   |  |  |
|---|--|---|---|---|---|---|--|--|
| Definición  | Determina el porcentaje de documentos digitalizados que har sido utilizados como insumo para la realización de materiales audiovisuales en comparación con el total de materia audiovisual digitalizado. |   |   |   |   |   |  |  |
| Tipo de Indicador                                 | Indicado   | Indicador de Producto   |   |   |   |   |  |  |
| Nivel de desagregación geográfica                 | Nacional   |   |   |   |   |   |  |  |
| Línea de Base o valor                             | PROMIT PROPERTY AND ASSESSED ASSESSED.   |   |   |   |   |   |  |  |
| base  | Línea d  | le base o   | valor base  |   | Año   |   |  |  |
|   |  | -   |   |   | 2016  |   |  |  |
| Valor actual                                      |  |   | -   |   |   | iĝi d   |  |  |
|   |  | Valor act   | ual   |   | Año   |   |  |  |
|   |  |   |   |   | 2016  |   |  |  |
| Meta  | 0047   | 0040  | 0040  | 1000  |   |   |  |  |
| weta  | 2017<br>25%  | <b>2018</b> 25%   | 2019<br>25%   | 2020<br>1%  | 2021<br>1%  | 2022<br>1%  |  |  |
|   | librería/storage y después catalogados y administrados para e uso posterior para la realización de materiales audiovisuales nuevos o para la consulta del público.                                       |   |   |   |   |   |  |  |
| Limitaciones y supuestos<br>empleados             | relacionad<br>Servicio d<br>sin embal<br>objetivo p<br>Se ha c   | do con el<br>le Docume<br>rgo, el ind<br>or lo que i<br>onsiderad   | de base y ur<br>Proyecto d<br>entación Aud<br>icador del pro<br>no se ha pod<br>o el valor<br>ieto de la ac | le Inversió<br>iovisual y l<br>royecto dif<br>dido conta<br>cero po | on "Mejorar<br>Fonográfica<br>fiere del ind<br>r con una lí | niento del<br>del IRTP"<br>licador del<br>nea base. |  |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo                    | (N° de ho  | implementado el objeto de la acción.  (N° de horas de acceso a documentos digitalizados /N° total de horas de documentos digitalizados) x 100 |   |   |   |   |  |  |
| Periodicidad de las                               | Anual  |   |   |   | h-11  |   |  |  |
| mediciones y reporte                              |  |   |   |   |   |   |  |  |
| Fuente de datos                                   | del volum  | en de uso   | Secretaria d<br>de documer  | ntos digital  | lizados.  | -   |  |  |
| Fuente de Verificación del<br>indicador           | Formatos<br>Gerencia   | N°1 y 2 ∈<br>Técnica -  | de evaluació<br>digitalizaciór  | n de activ<br>n documer   | idades y mo<br>ntos audiovi                                 |   |  |  |
| Órgano y entidad<br>responsable de la<br>medición | Gerencia Técnica - digitalización documentos audiovisuales 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.

| Nombre del indicador                              | Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de televisión.  |                  |                            |             |             |               |  |  |
|---|---|------------------|----------------------------|-------------|-------------|---------------|--|--|
| Definición  | Determina el porcentaje de los transmisores que se encuentran operativos en comparación con el número total de transmisores de televisión que tiene el IRTP.  |                  |                            |             |             |               |  |  |
| Tipo de Indicador                                 | De proce  |                  | discibilities to           | avlueisun   | li .        |               |  |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica              | Nacional  |                  |                            |             |             |               |  |  |
| Linea de Base o valor                             |   |                  |                            |             |             | The Part      |  |  |
| base  | Linea o   |                  | valor base                 |             | Año         | Water Colored |  |  |
|   |   | 93,89            | 6                          | a isoni I   | 2015        |               |  |  |
| Valor actual                                      |   |                  |                            | 19 11 =     |             |               |  |  |
|   |   | Valor ac         | tual                       |             | Año         | lika          |  |  |
|   |   | 95,5             | Territoria con S           |             | 2016        | _             |  |  |
|   | 2-1   |                  | 12 12 X                    |             |             |               |  |  |
| Meta  | 2017  | 2018             | 2019                       | 2020        | 2021        | 2022          |  |  |
| TENS CONT   | 95%   | 95%              | 96%                        | 95%         | 95%         | 95%           |  |  |
| Justificación                                     | 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. |                  |                            |             |             |               |  |  |
| Fórmula o método de cálculo                       |   |                  | es de TV op<br>v que posee |             |             | Record Res    |  |  |
| Periodicidad de las mediciones y reporte          | Trimestr  | al               | Documenta                  | Servicio du |             |               |  |  |
| Fuente de datos                                   | Gerenci   | a Técnica        | : Reporte de               | operativida | ad de la Re | d de TV       |  |  |
| Fuente de Verificación del indicador              | Formato   | N°3 eva          | luación de o               | peratividad | de la red n | acional de    |  |  |
| Órgano y entidad<br>responsable de la<br>medición | Gerenci   | Gerencia Técnica |                            |             |             |               |  |  |



| Nombre del indicador                        | Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de radio  |            |  |                         |             |         |  |  |
|---|---|------------|--|-------------------------|-------------|---------|--|--|
| Definición                                  | 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.  |            |  |                         |             |         |  |  |
| Tipo de Indicador                           | De proc   |            | 359  | of the telephone of the |             |         |  |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica        | Nacional  |            |  |                         |             |         |  |  |
| Línea de Base o valor                       |   |            |  |                         |             | 7 3     |  |  |
| base  | Línea   | de base o  | valor base   |                         | Año         | 7       |  |  |
|   |   | 96,89      | 6  | 4 5 5                   | 2015        |         |  |  |
|   |   |            | and the same   |                         |             | * A **  |  |  |
| Valor actual                                |   |            |  |                         |             |         |  |  |
|   |   | Valor ac   | tual   |                         | Año         |         |  |  |
|   |   | 95,2%      | 6  |                         | 2016        |         |  |  |
|   |   |            | Latin Latin  |                         |             | -       |  |  |
| Meta  | 2017  | 2018       | 2019   | 2020                    | 2021        | 2022    |  |  |
| Justificación                               | 95%   | 95%        | 97%  | 95%                     | 95%         | 95%     |  |  |
|   | La tecnología se tiene que renovar de manera consoptimizar la infraestructura actual, para poder prestar si de calidad y explotar las nuevas plataformas para condigitales, teniendo en cuenta que últimamente, la televidadio pierden a pasos rápidos su protagonismo frente al y a nuevos dispositivos como tabletas y teléfonos. |            |  |                         |             |         |  |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo              |   |            | es de radio or<br>adio que pos   |                         |             |         |  |  |
| Periodicidad de las<br>mediciones y reporte | Trimestra   |            | echana e   | 0 - 10 - 12             | - iš        | ng mg 8 |  |  |
| Fuente de datos                             | Gerencia  | a Técnica: | Reporte de d   | perativida              | d de la Red | de TV   |  |  |
| Fuente de Verificación del<br>indicador     |   |            | Gerencia Técnica: Reporte de operatividad de la Red de TV Formato N°3 evaluación de operatividad de la red nacional de Radio |                         |             |         |  |  |
| Órgano y entidad                            | Gerencia Técnica  |            |  |                         |             |         |  |  |



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

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

| Nombre del indicador                              | Número de convenios interinstitucionales y alianzas<br>estratégicas implementadas  |  |                         |  |  |               |  |  |
|---|--|--|-------------------------|--|--|---------------|--|--|
| Definición  | Determina la cantidad de convenios interinstitucionales y alianzas estratégicas implementadas  |  |                         |  |  |               |  |  |
| Tipo de Indicador                                 |  | or de proce  |                         | 00 pt 100 |  |               |  |  |
| Nivel de desagregación<br>geográfica              | Nacional   |  |                         |  |  |               |  |  |
| Línea de Base o valor                             |  | -American  | A. 0.000                |  |  |               |  |  |
| base  | Linea  | de base o  | valor base              |  | Año 2015  Año 2016  2021 20 20 20 su imagen entre lozar el compromiso que a encomendada comendada comendad |               |  |  |
|   |  | 13   | · · · · · · · · · · · · |  | 2015   |               |  |  |
|   |  |  |                         |  |  |               |  |  |
| Valor actual                                      |  |  | 44                      |  | A. 74 -  |               |  |  |
|   | I  | Valor ac   | tuai                    |  |  |               |  |  |
|   |  | 16   |                         |  | 2016   |               |  |  |
| Meta  | 2017   | 2018   | 2019                    | 2020   |  |               |  |  |
|   | 14   | 14   | 20                      | 20   | 20   | 20            |  |  |
| Justificación                                     | 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. |  |                         |  |  |               |  |  |
| Fórmula o método de cálculo                       | Númer  | o de conve   | nios impleme            | entados  | - j  | -/: 1131 2°   |  |  |
| Periodicidad de las mediciones y reporte          | Trimes   | tral   | oralitya s              | Pretsano   | 1 20 G   | ale deli film |  |  |
| Fuente de dátos                                   |  | Oficina General de Asesoría Legal: Reportes de convenios suscritos |                         |  |  |               |  |  |
| Fuente de Verificación del<br>indicador           | Registr  | os Conver  | ios suscritos           |  |  |               |  |  |
| Órgano y entidad<br>responsable de la<br>medición | 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.

| Nombre del indicador                              | Porcentaje del grado del desempeño Institucional  |                          |              |            |  |           |  |  |
|---|---|--------------------------|--------------|------------|--|-----------|--|--|
| Definición  | Determina   | a el avanc<br>os durante | e porcentu   | ial en cua | nto a los  |           |  |  |
| Tipo de Indicador                                 | De Proce  | so                       | RIDEN SELECT |            |  | 72.0      |  |  |
| Nivel de desagregación geográfica                 | Nacional  |                          |              |            |  |           |  |  |
| Línea de Base o valor base                        | Línea d   | e base o v               | alor base    |            | Año  |           |  |  |
|   | 5,00  | 98%                      | ·            |            | 2015   |           |  |  |
| Valor actual                                      | -   |                          |              |            |  | lio.      |  |  |
|   |   | Valor actua              | al           |            | Año 2015  Año 2016  Año 20 |           |  |  |
|   | 0-1   | 94%                      | 2 554.F      | 7,919      | 2016   |           |  |  |
| Meta  | 2017  | 2018                     | 2019         | 2020       | 2021   | 2022      |  |  |
| Justificación                                     | 95%   | 95%                      | 100%         | 93%        | 93%  | 93%       |  |  |
|   | 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 de 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. |                          |              |            |  |           |  |  |
| Fórmula o método de<br>cálculo                    | Promedio de la sumatoria de los resultados de avance del grado de cumplimiento de las metas del POI y del presupuesto programado del IRTP.  |                          |              |            |  |           |  |  |
| Periodicidad de las<br>mediciones y reporte       | Anual   |                          |              |            |  |           |  |  |
| Fuente de datos                                   | Oficina General de Planificación y Desarrollo - Gerencia<br>Administración y Finanzas: Reporte de las metas físicas y<br>financieras registradas en la evaluación del POI y<br>Presupuesto.   |                          |              |            |  |           |  |  |
| Fuente de Verificación del<br>indicador           | Informe de  | resultados               |              |            | nancieras p  | oor áreas |  |  |
| Órgano y entidad<br>responsable de la<br>medición | responsables y a nivel objetivos.  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 (O 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 hacen los espectadores de los programas. El audímetro se comunica por línea telefónica con un ordenador que centraliza los datos recogidos.

1 http://manualdeestilo.rtve.es/



#### 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.

### 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).

TRIP OPP OFF

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> http://manualdeestilo.rtve.es/

Otra modalidad de cuña es aquella que avanza algunos temas que se van a desarrollan 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 pixeles 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.

#### Resolución5

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>&</sup>lt;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.



### 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 TV7

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>&</sup>lt;sup>7</sup> http://manualdeestilo.rtve.es/

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