



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Lima, 23 de Abril del 2021

RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA EJECUTIVA N° D00044-2021-IRTP-PE

VISTO: el Informe N° D00089-2021-IRTP-OPP de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y;

CONSIDERANDO:

Que, el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú - IRTP, es un organismo público ejecutor adscrito al Ministerio de Cultura, cuya finalidad es colaborar con la política del Estado en la educación y en la formación moral y cultural de los peruanos, teniendo como objetivo llegar a toda la población nacional, a través de los medios de radiodifusión sonora y por televisión a su cargo, con programas educativos, culturales, informativos y de esparcimiento;

Que, mediante Decreto Legislativo N° 1088, Ley de creación del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico – SINAPLAN y el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico - CEPLAN, se crea el CEPLAN como órgano rector y orientador del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico, cuyas competencias son de alcance nacional, teniendo como funciones desarrollar metodologías e instrumentos técnicos para asegurar la consistencia y coherencia del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional y expedir las directivas que corresponda;

Que, mediante Resolución de Presidencia de Consejo Directivo N° 033- 2017/CEPLAN/PCD y sus modificatorias, se aprueba la “Guía para el Planeamiento Institucional”, en adelante la Guía, que tiene por objetivo establecer las pautas para el planeamiento institucional que comprende la política y los planes que permiten la elaboración o modificación del Plan Estratégico Institucional – PEI y del Planeamiento Estratégico para la mejora continua;

Que, el numeral 4.1 de la Guía, establece que las entidades del sector público elaboran un Plan Estratégico Institucional – PEI y un Plan Operativo Institucional – POI, los cuales orientan su accionar para el logro de los objetivos establecidos en la política institucional en el marco de las políticas y planes nacionales y territoriales; el PEI es un instrumento de gestión que define la estrategia de la entidad para lograr sus objetivos, en un periodo mínimo de tres (03) años, a través de iniciativas diseñadas para producir una mejora en el bienestar de la población a la cual sirve y cumplir su misión;

Que, el numeral 4.2 de la Guía establece que el Titular del Pliego es responsable de la aprobación, ejecución, seguimiento y evaluación del Plan Estratégico Institucional - PEI;

Que, el literal a) del artículo 9 del Reglamento de Organización y Funciones del IRTP, aprobado mediante Decreto Supremo N° 056-2001-ED y su modificatoria, señala que el Consejo Directivo evalúa y aprueba, a propuesta de la Presidencia Ejecutiva, el proyecto de Plan Estratégico Institucional que contiene una misión institucional, así como los objetivos y acciones estratégicas institucionales, y sus correspondientes metas programadas, en concordancia con los planes estratégicos del sector;

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el I.R.T.P., aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: Url: <https://sgd.irtp.com.pe:8181/validadorDocumental> Clave: 5N5ZV2Q



Firmado digitalmente por CANO BOBADILLA Ana Cecilia FAU 20338915471 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 23.04.2021 15:49:10 -05:00



Firmado digitalmente por GARCIA MORE Rosa Esther FAU 20338915471 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 23.04.2021 15:38:22 -05:00



Firmado digitalmente por GARCIA MORE Rosa Esther FAU 20338915471 soft Motivo: Doy V° B° Fecha: 23.04.2021 15:37:15 -05:00



PERÚ

Instituto Nacional de Radio
y Televisión del Perú

PRESIDENCIA EJECUTIVA

PRESIDENCIA EJECUTIVA

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Que, mediante Acuerdo de Consejo N° 006-01-2017 del 30 de marzo de 2017 se aprobó el Plan Estratégico Institucional 2017 – 2019 del IRTP;

Que, mediante Oficio Múltiple N° D000012-2019-CEPLAN-DNCP de fecha 31 de enero de 2019, el CEPLAN señala que ha visto por conveniente y en forma excepcional, facilitar a todas las entidades el proceso de extensión del horizonte de tiempo del PEI y de los planes a los que estos se articulan hasta el 2022;

Que, mediante Acuerdo de Consejo N° 007-2019-CD/IRTP de fecha 10 de abril de 2019 y Resolución de Presidencia Ejecutiva N° D000035-IRTP-PE de fecha 22 de abril de 2019, se aprobó el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017 – 2022 del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP;

Que, mediante Oficio Múltiple N° D000040-2019-CEPLAN-DNCP de fecha 24 de diciembre de 2019, el CEPLAN comunica que con la finalidad de facilitar la elaboración y el registro del POI Multianual 2021–2023 (como mínimo), ha visto por conveniente permitir la ampliación del periodo de vigencia de los Planes Estratégicos Institucionales (PEI) y Planes Estratégicos Sectoriales Multianuales (PESEM), con vencimiento en estos años, y su respectiva aprobación;

Que, mediante Acuerdo N° 008-2020-CD/IRTP de fecha 17 de junio de 2020 y Resolución de Presidencia Ejecutiva N° D000040-2020-IRTP-PE de fecha 23 de junio de 2020, se aprobó el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017 – 2023 del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP;

Que, mediante Oficio Múltiple N° D000001-2021-CEPLAN-DNCP de fecha 22 de enero de 2021, el CEPLAN comunica que con la finalidad de facilitar la elaboración y el registro del POI Multianual 2021–2024 (como mínimo), ha visto por conveniente permitir la ampliación del periodo de vigencia de los Planes Estratégicos Institucionales (PEI) y Planes Estratégicos Sectoriales Multianuales (PESEM), con vencimiento en estos años, y su respectiva aprobación;

Que, con Oficio N° D000071-2021-IRTP-GG de fecha 31 de marzo de 2021, la Gerencia General del IRTP remite el proyecto de Plan Estratégico Institucional 2017 – 2024 ampliado del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP, en adelante el Proyecto, a la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto del Ministerio de Cultura para su evaluación y emisión del informe de validación correspondiente, el mismo que es validado mediante Informe N° 000044-2021-OPL/MC del 08 de abril de 2021 y comunicado al IRTP a través del Oficio N° 000107-2021-OGPP/MC de la misma fecha;

Que, mediante correo electrónico de fecha 09 de abril de 2021, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto del IRTP remitió al CEPLAN el Proyecto con la finalidad de solicitar su Informe Técnico de validación; posteriormente, el CEPLAN a través del Oficio N° D000174-2021-CEPLAN-DNCP de fecha 13 de abril de 2021, comunicó el Informe Técnico N° D000084-2021-CEPLAN-DNCPPEI de la misma fecha, a través del cual manifiestan que verifican y validan el contenido de este;

Que, con Acuerdo N° 006-2021-CD/IRTP, de fecha 14 de abril de 2021, el Consejo Directivo aprueba el proyecto de Plan Estratégico Institucional 2017 – 2024 ampliado del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP, facultando al Presidente Ejecutivo formalizar la aprobación del referido plan;

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el I.R.T.P., aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web:
Url: <https://sgd.irtp.com.pe:8181/validadorDocumental> Clave: 5N5ZV2Q



PERÚ

Instituto Nacional de Radio
y Televisión del Perú

PRESIDENCIA EJECUTIVA

PRESIDENCIA EJECUTIVA

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Que, mediante Informe N° D00089-2021-IRTP-OPP de fecha 22 de abril de 2021, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto remite a la Gerencia General el Proyecto de Plan Estratégico Institucional 2017 – 2024 ampliado del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP, para que sea elevado a la Presidencia Ejecutiva del IRTP y aprobado por esta;

Que, en mérito de lo expuesto, resulta necesario emitir la Resolución que apruebe el Plan Estratégico Institucional 2017 – 2024 ampliado del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú;

Con el visto bueno de la Gerencia General, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y de la Oficina de Asesoría Jurídica; y de conformidad con lo establecido en la Resolución de Presidencia de Consejo Directivo N° 033-2017-CEPLAN/PCD que aprueba la "Guía para el Planeamiento Institucional" y sus modificatorias y el Reglamento de Organización y Funciones del IRTP aprobado mediante Decreto Supremo N° 056-2001-ED y su modificatoria;

SE RESUELVE:

Artículo 1°. - Formalizar la aprobación del Plan Estratégico Institucional 2017-2024 ampliado del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, documento que como anexo forma parte de la presente resolución.

Artículo 2°. - Disponer que la Oficina de Informática y Estadística publique la presente Resolución y el Plan Estratégico Institucional 2017-2024 ampliado del IRTP en el Portal de Transparencia Estándar de la entidad.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

Documento firmado digitalmente

**«EDUARDO FERNANDO GUZMAN ITURBE»
«PRESIDENTE EJECUTIVO»
I.R.T.P.**

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el I.R.T.P., aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web:
Url: <https://sgd.irtp.com.pe:8181/validadorDocumental> Clave: 5N5ZV2Q



PERÚ

Ministerio de Cultura



INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2017- 2024 AMPLIADO

OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO

ABRIL 2021

MINISTRO DE CULTURA

Alejandro Arturo Neyra Sánchez

CONSEJO DIRECTIVO DEL IRTP

Eduardo Fernando Guzmán Iturbe - Presidente Ejecutivo

María Teresa del Carmen Quiroz Velasco - Miembro del Consejo Directivo

Iris Jave Pinedo - Miembro del Consejo Directivo

Leonardo José Caparros Gamarra - Miembro del Consejo Directivo

Owan Néstor Eugenio Lay González - Miembro del Consejo Directivo

GERENTE GENERAL

Rosa García More

JEFA DE LA OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO

Ana Cecilia Cano Bobadilla

RESPONSABLE DEL PROCESO DE PLANEAMIENTO INSTITUCIONAL

John Enrique Rurush Díaz

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

INTRODUCCIÓN	4
I. SÍNTESIS DE LA FASE ESTRATÉGICA.....	5
II. MISIÓN.....	10
III. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES.....	11
IV. ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES	18
V. IDENTIFICACIÓN DE LA RUTA ESTRATÉGICA	22
VI. MATRIZ RESUMEN DE OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATEGICAS	24
ANEXOS	28
ANEXO I. PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS	28
ANEXO II. PLANTILLA DE ARTICULACIÓN.....	29
ANEXO III: FICHA TÉCNICA DE LOS INDICADORES	35
ANEXO IV: GLOSARIO DE TÉRMINOS	53

INTRODUCCIÓN

El Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2024 ampliado 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 el IRTP brinda.

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 primera extensión de tres años¹, una segunda extensión de un año² y finalmente una tercera extensión de un año³, quedando así vigente hasta el año 2024, por lo que queda sujeto a revisiones anuales.

¹ En el marco de lo establecido en el Oficio Múltiple N° D000012-2019-CEPLAN-DNCP de fecha 31.01.2019 emitido por el CEPLAN.

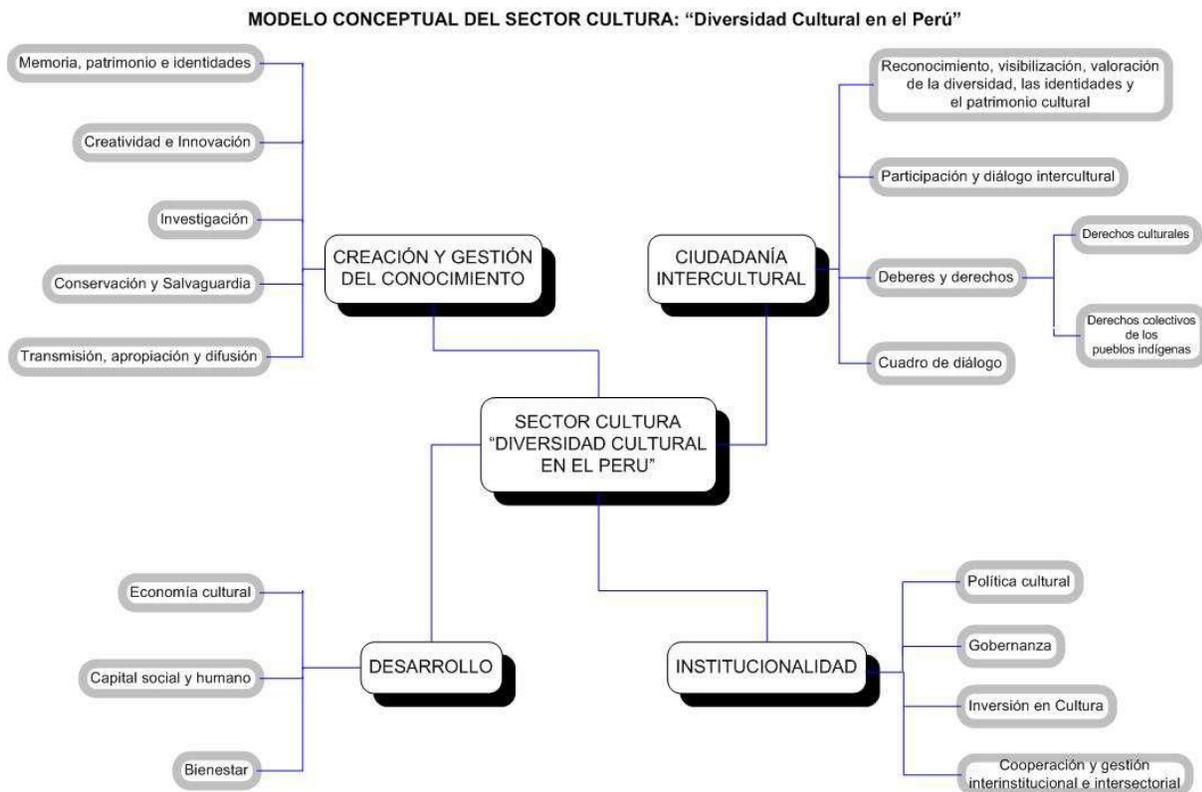
² En el marco de lo establecido en el Oficio Múltiple N° D000040-2019-CEPLAN-DNCP de fecha 24.12.2019 emitido por el CEPLAN.

³ En el marco de lo establecido en el Oficio Múltiple N° D000001-2021-CEPLAN-DNCP de fecha 22.01.2021 emitido por el CEPLAN.

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 – 2024 es la siguiente:

Las personas alcanzan su potencial en igualdad de oportunidades y sin Discriminación para gozar de una vida plena

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 2017-2024**

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

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

CUADRO N° 02
OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATEGICAS
PESEM - CULTURA 2017-2024

<p><i>O.E.1. Garantizar los derechos culturales de la población, sobre todo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</i></p>	<p>A.E.1.1. Promover mecanismos a nivel nacional para ejercer los derechos culturales sin discriminación y con equidad de género, asegurando la libertad de identificarse con una o varias comunidades culturales.</p> <p>A.E.1.2. Promover el conocimiento, acceso, participación, disfrute y difusión de la diversidad de expresiones culturales y de las memorias históricas.</p> <p>A.E.1.3. Posicionar el valor de los derechos culturales y colectivos en la sociedad.</p> <p>A.E.1.4. Promover la participación de los diferentes actores culturales en la formulación, implementación y vigilancia de políticas culturales en todos los niveles del estado.</p> <p>A.E.1.5. Fomentar la creatividad garantizando la libertad de expresión, proponiendo la implementación de políticas educativas e impulsando la innovación.</p> <p>A.E.1.6. Promover condiciones de igualdad para las prácticas e intercambios culturales, con énfasis en las poblaciones y comunidades en situación de mayor vulnerabilidad.</p> <p>A.E.1.7. Promover la difusión y circulación de bienes, expresiones, conocimientos y prácticas culturales respetando el marco regulatorio vigente.</p> <p>A.E.1.8. Optimizar la gestión coordinada entre los distintos niveles de gobierno y sectores para garantizar el ejercicio de los derechos culturales.</p> <p>A.E.1.9. Desarrollar capacidades, conocimiento y oportunidades en la ciudadanía para el ejercicio de sus derechos culturales con enfoque de género.</p>
<p><i>O.E.2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.</i></p>	<p>A.E.2.1. Incorporar el enfoque intercultural en las Políticas Públicas y Planes Estratégicos en todos los sectores y niveles de gobierno.</p> <p>A.E.2.2. Establecer lineamientos, protocolos y herramientas de gestión para la implementación del enfoque intercultural y las políticas culturales en la gestión del Estado.</p> <p>A.E.2.3. Generar información y conocimiento en materia cultural para la toma de decisiones y gestión de políticas públicas en el Estado.</p> <p>A.E.2.4. Generar información y evidencia que permita una gestión intercultural mediante el uso de la variable étnica.</p> <p>A.E.2.5. Promover y supervisar que los programas y servicios del Estado se brinden con pertinencia cultural y sin discriminación.</p>

	A.E.2.6.Fortalecer los procesos y mecanismos participativos y de concertación como espacios de diálogo intercultural en todos los niveles de gobierno.
	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.
<p><i>O.E.3. Consolidar a la Cultura como un pilar del desarrollo e identidad nacional.</i></p>	A.E.3.1.Impulsar la mejora del marco normativo vinculado al sector cultura, considerando sus particularidades, para el desarrollo, protección y promoción del patrimonio, las industrias culturales, las artes e interculturalidad.
	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

	las actividades vinculadas con el Patrimonio y la diversidad cultural.
	A.E.3.8.Creación de alianzas con el sector Educación para la elaboración conjunta de programas con pertinencia cultural.
	A.E.3.9.Coordinar e impulsar con el sector Educación la formación y apreciación artística, patrimonio y diversidad cultural en los planes curriculares de las escuelas en todos sus niveles.
	A.E.3.10.Implementación de estrategias de promoción de la diversidad cultural y las memorias históricas.
	A.E.3.11.Implementar incentivos para la investigación, producción, promoción y difusión cultural.
	A.E.3.12.Implementar y mantener un Sistema Integrado de Información Cultural.
	A.E.3.13.Fomentar la creatividad y desarrollo de las industrias culturales y las artes.

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

II. MISIÓN

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

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

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

MISION

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 2024. 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 2024.

El Plan Estratégico Institucional del IRTP diseñado para el período 2017-2024 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- 2024.

CUADRO N° 03: OBJETIVOS PEI – IRTP 2017-2024

O.E.1	<i>Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.</i>
O.E.2	<i>Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</i>
O.E.3	<i>Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.</i>
O.E.4	<i>Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía</i>

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

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

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

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

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

A esto se añaden las dos señales de radio:

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

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

N°	Objetivo Estratégico	Indicador	Línea base 2015	Meta 2017	Meta 2018	Meta 2019	Meta 2020	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023	Meta 2024	Meta Final
O.E.1.	<i>Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.</i>	Porcentaje de programas rediseñados e implementados.	2%	7%	6%	6%	5%	5%	5%	10%	10%	10%
		Porcentaje de programas de estreno.	22%	9%	8%	8%	8%	8%	8%	12%	12%	12%

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

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

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

N°	Objetivo Estratégico	Indicador	Línea base 2016	Meta 2017	Meta 2018	Meta 2019	Meta 2020	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023	Meta 2024	Meta final
O.E.2.	<i>Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</i>	Porcentaje de nuevos programas implementados dirigidos a niños y jóvenes.	100%	89%	71%	71%	48%	48%	48%	50%	53%	53%

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

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

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

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

N°	Objetivo Estratégico	Indicador	Línea base 2016	Meta 2017	Meta 2018	Meta 2019	Meta 2020	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023	Meta 2024	Meta Final
O.E.3	Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.	Porcentaje de documentos digitalizados.	-	20%	30%	20%	10%	10%	10%	-	-	100%

Nota: no se considera metas del indicador en los años 2023 y 2024 debido a que la digitalización de los documentos audiovisuales concluirá en el año 2022.

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

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

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

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

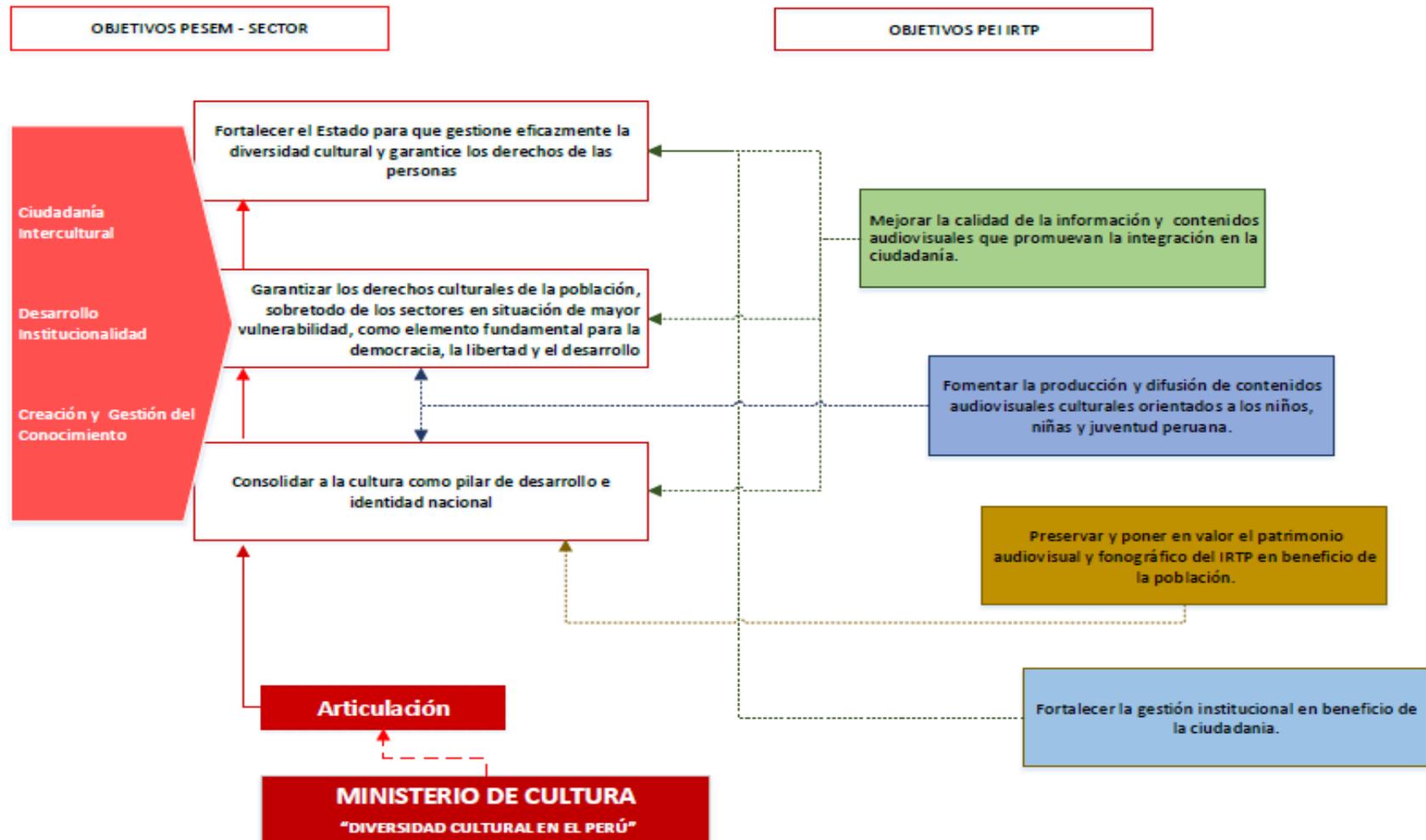
El IRTP necesita mejorar su comunicación estratégica y su imagen a través de campañas en la prensa, radio, TV y mejorar el proceso de comunicación interna. Además, es importante potenciar su imagen entre los ciudadanos, reafirmar y reforzar el compromiso que se tiene con ellos a través de la misión encomendada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

El análisis de los procesos institucionales junto con la estrategia institucional, ha identificado la necesidad de un rediseño de la estructura organizacional acorde con la realidad y con las necesidades de la entidad, además, es necesario mejorar la capacidad de gestión de la institución mediante la implementación de la Política Nacional de Modernización del Estado en cuanto a una mejor planificación, la implementación de la gestión por procesos, introducción de presupuesto por resultados, mejoramiento de los recursos humanos, gestión del conocimiento y el uso de herramientas tecnológicas que permitan que la provisión de sus servicios sea transparente y efectiva.

N°	Objetivo Estratégico	Indicador	Línea base 2016	Meta 2017	Meta 2018	Meta 2019	Meta 2020	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023	Meta 2024	Meta Final
O.E.4	<i>Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.</i>	Porcentaje de avance en la actualización de los instrumentos de gestión institucional.	10%	50%	80%	100%	100%	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 2017-2024 del IRTP se han establecido 9 acciones estratégicas de tipo A que reflejan los bienes y servicios que deberán proveerse a los ciudadanos. También estas acciones estratégicas permitirán alcanzar los objetivos estratégicos institucionales planteados y asimismo, contribuir a alcanzar los objetivos estratégicos sectoriales aprobados en el PESEM del Sector Cultura.

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

CUADRO N° 05

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2024 DEL IRTP

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
<i>O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía.</i>	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.
<i>O.E.2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</i>	A.E.2.1. Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana. A.E.2.2. Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.	<p>A.E. 3.1. Patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP recuperado.</p> <p>A.E. 3.2. Material audiovisual y fonográfico usado por la población.</p>
O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.	<p>A.E. 4.1. Optimizar el equipamiento y la infraestructura.</p> <p>A.E.4.2. Fortalecer del posicionamiento de la Institución.</p> <p>A.E.4.3. Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional.</p>

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**, que son prioritarias para la institución y dan soporte transversal a las acciones institucionales de tipo A, desencadenando en actividades en el Plan Operativo Institucional.

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

Los proyectos de inversión pública priorizados son los siguientes:

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

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

Este PIP se propone proyectar la imagen del Perú al mundo, mediante la producción y programación de contenidos audiovisuales y de otra índole (radiales, multimedia, web) -propios, de calidad y plurales-, con el empleo de medios electrónicos de vanguardia, que garanticen el

fomento y acceso a la cultura de los ciudadanos y ciudadanas, con un fin formativo y de manera creativa que sirva de fuente de inspiración para la innovación y el desarrollo.

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

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

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

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

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

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

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

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

Radio Nacional fue creado en enero 1937 y tiene casi 80 años de historia. Se estima que debería tener 540,200 horas de producción conservadas en archivo; sin embargo, solo cuenta con 28,143 horas de producción fonográfica. En el mismo sentido, el canal del estado fue creado en enero de 1958 y tiene casi 59 años de historia. Se estima que debería tener 109,500 horas conservadas en diversos formatos; sin embargo, solo cuenta con 63,655 horas de producción televisiva, lo que

significa el 58% del total. El proyecto es una iniciativa que lucha por conservar la historia del Perú en audio y video y es una lucha contra el tiempo porque a medida que este transcurre se reducen las probabilidades de recuperación de los soportes físicos que aún se conservan.

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

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

V. 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 2017-2024 del IRTP. Además, se han priorizado las Acciones Estratégicas de cada objetivo, determinándose la ruta estratégica que a continuación se presenta en el cuadro:

Prioridad	OEI		Vinculación con la PGG	Prioridad	AEI		Vinculación con la PGG	UO Responsable
	Código	Descripción			Código	Descripción		
1	OEI.01	Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales, que promuevan la integración en la ciudadanía.	EJE 04, LIN 04.06	1	AEI.01.01	Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as.	EJE 04, LIN 04.06	Gerencia de Prensa, Gerencia de Radio
				2	AEI.01.02	Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.	EJE 04, LIN 04.06	Gerencia de Televisión, Gerencia de Radio
2	OEI.02	Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.	EJE 04, LIN 04.06	1	AEI.02.01	Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana.	EJE 04, LIN 04.06	Gerencia de Televisión
				2	AEI.02.02	Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.	EJE 04, LIN 04.06	Gerencia de Televisión
3	OEI.03	Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.	EJE 04, LIN 04.06	1	AEI.03.01	Patrimonio audiovisual fonográfico del IRTP recuperado.	EJE 04, LIN 04.06	Gerencia Técnica, Secretaria del Consejo Directivo 1/
				2	AEI.03.02	Material audiovisual y fonográfico usado por la población.	EJE 04, LIN 04.06	Gerencia Técnica, Secretaria Consejo Directivo 1/

Prioridad	OEI		Vinculación con la PGG	Prioridad	AEI		Vinculación con la PGG	UO Responsable
	Código	Descripción			Código	Descripción		
4	OEI.04	Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.	EJE 02, LIN 02.02	1	AEI.04.01	Optimizar el equipamiento y la infraestructura.	EJE 02, LIN 02.02	Gerencia Técnica 2/
				2	AEI.04.02	Fortalecer el posicionamiento de la Institución.	EJE 02, LIN 02.02	OGAL 3/
				3	AEI.04.03	Mejorar el rendimiento y el desempeño de la gestión institucional.	EJE 02, LIN 02.02	OGPD, GAF 4/

1/ 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)

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

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

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

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

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

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

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

VI. MATRIZ RESUMEN DE OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATEGICAS

El siguiente cuadro muestra los objetivos estrategicos insitucionales 2017- 2024, 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		Nombre del Indicador	Método de Cálculo	Línea de base		Valor actual		Logros esperados en el periodo del plan								Unidad Orgánica responsable del indicador
Código	Descripción			Valor	Año	Valor	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
OEI.01	Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales, que promuevan la integración en la ciudadanía.	Porcentaje de programas rediseñados e implementados.	(N° de programas rediseñados/ N° de programas totales)*100	2%	2015	2%	2016	7%	6%	6%	5%	5%	5%	10%	10%	Gerencia de Televisión
		Porcentaje de programas de estreno	(N° de programas de estreno/ N° de programas totales)*100	22%	2015	7%	2016	9%	8%	8%	8%	8%	8%	12%	12%	Gerencia de Televisión
Acción Estratégica del OEI.01																
AEI.01.01	Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as.	Horas de contenidos informativos emitidos de prensa.	N° de horas de informativos emitidos en prensa	1720	2015	4.652	2016	6120	6900	6150	9259	9259	9259	7136	4668	Gerencia de Prensa
		Horas de contenidos informativos emitidos de radio.	N° de horas de informativos emitidos en radio	4440	2015	1834	2016	2190	2800	2190	2190	2190	2190	2409	3137	Gerencia de Radio
AEI.01.02	Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad	Porcentaje de programas de televisión que promueven la diversidad cultural e integración nacional.	(N° de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional/ N° total de programas en la parrilla)*100	41%	2015	43%	2016	43%	45%	45%	73%	73%	73%	25%	74%	Gerencia de Televisión

OEI / AEI		Nombre del Indicador	Método de Cálculo	Línea de base		Valor actual		Logros esperados en el periodo del plan								Unidad Orgánica responsable del indicador
Código	Descripción			Valor	Año	Valor	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	cultural e integración nacional.	Porcentaje de programas de radio que promueven la diversidad cultural e integración nacional.	(N° de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional/ N° total de programas en la parrilla)*100	57%	2015	60%	2016	60%	60%	60%	75%	75%	75%	85%	89%	Gerencia de 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 jóvenes emitidos/ N° total de programas en la parrilla)*100	100%	2016	100%	2016	89%	71%	71%	48%	48%	48%	50%	53%	Gerencia de Televisión
Acción Estratégica del OEI.02																
AEI.02.01	Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana.	Porcentaje de programas de estreno propios dirigidos a niños y jóvenes.	(N° de programas audiovisuales de estreno propios orientados a los niños y jóvenes/ N° total de programas audiovisuales en la parrilla orientados a niños y jóvenes)*100	20%	2016	20%	2016	19%	13%	13%	12%	12%	12%	20%	20%	Gerencia de Televisión
AEI.02.02	Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.	Porcentaje de programas de coproducción realizados.	(N° de programas de coproducción realizados/ N° total de programas en la parrilla)*100	7%	2016	7%	2016	6%	5%	6%	2%	2%	2%	0%	0%	Gerencia de Televisión
		Porcentaje de formatos enlatados adquiridos.	(N° de formatos enlatados adquiridos/ N° total de programas en la parrilla)*100	62%	2016	62%	2016	51%	50%	48%	35%	35%	35%	30%	30%	Gerencia de Televisión

OEI / AEI		Nombre del Indicador	Método de Cálculo	Línea de base		Valor actual		Logros esperados en el periodo del plan								Unidad Orgánica responsable del indicador
Código	Descripción			Valor	Año	Valor	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
OEI.03	Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.	Porcentaje de Documentos digitalizados.	(N° de horas digitalizadas/N° total de horas para digitalizar)*100	-	2016	-	2016	20%	30%	20%	10%	10%	10%	-	-	Gerencia Técnica 1/
Acción Estratégica del OEI.03																
AEI.03.01	Patrimonio audiovisual fonográfico del IRTP recuperado.	Porcentaje del Patrimonio Audiovisual fonográfico recuperado.	(N° de unidades documentales recuperadas/ N° total de unidades existentes para recuperar)*100	-	2016	-	2016	40%	30%	20%	4%	4%	4%	-	-	Gerencia Técnica, Secretaria del Consejo Directivo 2/
AEI.03.02	Material audiovisual fonográfico usado por la población.	Porcentaje de uso de los documentos digitalizados.	(N° de horas de acceso a documentos digitalizados/ N° total de horas de documentos digitalizados)*100	-	2016	-	2016	25%	25%	25%	1%	1%	1%	1%	1%	Gerencia Técnica, Secretaria del Consejo Directivo 2/
OEI.04	Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.	Porcentaje de avance en la actualización de los instrumentos de gestión institucional.	(N° de Instrumentos de gestión actualizados/ N° Total de Instrumentos de gestión)*100	10%	2016	10%	2016	50%	80%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	Gerencia General, OGPD 3/

OEI / AEI		Nombre del Indicador	Método de Cálculo	Línea de base		Valor actual		Logros esperados en el periodo del plan								Unidad Orgánica responsable del indicador
Código	Descripción			Valor	Año	Valor	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Acción Estratégica del OEI.04																
AEI.04.01	Optimizar el equipamiento y la infraestructura.	Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de televisión.	(N° de transmisores de TV operativos/ N° total de transmisores de TV que posee el IRTP)*100	93,8%	2015	95,5%	2016	95%	95%	96%	95%	95%	95%	95%	95%	Gerencia Técnica 1/
		Nivel porcentual de operatividad de la red nacional de transmisores de radio.	(N° de transmisores de radio operativos/ N° total de transmisores de radio que posee el IRTP)*100	96,8%	2015	95,2%	2016	95%	95%	97%	95%	95%	95%	95%	95%	Gerencia Técnica 1/
AEI.04.02	Fortalecer el posicionamiento de la Institución.	Número de convenios interinstitucionales y alianzas estratégicas implementadas.	N° de convenios implementados	13	2015	16	2016	14	14	20	20	20	20	20	20	OGAL 4/
AEI.04.03	Mejorar el rendimiento y el desempeño de la gestión institucional.	Porcentaje del grado de desempeño Institucional.	Promedio de la sumatoria de los resultados de avance del grado de cumplimiento de las metas del POI y del presupuesto programado del IRTP	98%	2015	94%	2016	95%	95%	100%	93%	93%	93%	93%	93%	OGPD, GAF 5/

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)

6/ La meta del indicador de la AEI.02.02 muestra valores de cero (0) para los años 2023 y 2024 debido a las prioridades institucionales.

7/ La meta del indicador del OEI.03 y la AEI.03.01 muestra valores de cero (0) para los años 2023 y 2024 debido a que la digitalización y la recuperación de los documentos audiovisuales concluirá en el año 2022.

ANEXOS

ANEXO I. PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS

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

ANEXO II. PLANTILLA DE ARTICULACIÓN.

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

CUADRO N° 04

ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2024 DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2024 DEL SECTOR CULTURA			
PESEM 2017-2024 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2024 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
<i>O.E.1. Garantizar los derechos culturales de la población, sobretodo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</i>	A.E.1.2. Promover el conocimiento, acceso, participación, disfrute y difusión de la diversidad de expresiones culturales y de las memorias históricas.	<i>O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración en la ciudadanía</i>	1.1. Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as. 1.2. Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.
<i>O.E. 2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.</i>	A.E.2.4. Generar información y evidencia que permita una gestión intercultural mediante el uso de la variable étnica. A.E.2.5. Promover y supervisar que los programas y servicios del Estado se brinden con pertinencia cultural y sin discriminación.		
<i>O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.</i>	A.E.3.4. Generar e impulsar la producción y difusión de información, investigación y conocimientos vinculados al Sector Cultura.		

ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2024 DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2024 DEL SECTOR CULTURA			
PESEM 2017-2024 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2024 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	A.E.3.13. Fomentar la creatividad y desarrollo de las industrias culturales y las artes.		
<i>O.E.1. Garantizar los derechos culturales de la población, sobretodo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</i>	A.E.1.5. Fomentar la creatividad garantizando la libertad de expresión, proponiendo la implementación de políticas educativas e impulsando la innovación.	<i>O.E. 2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.</i>	2.1. Producción propia y difusión de contenidos orientados a niños, niñas y juventud peruana.
<i>O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.</i>	A.E.3.8. Creación de alianzas con el Sector Educación para la elaboración conjunta de programas con pertinencia cultural. A.E.3.13. Fomentar la creatividad y desarrollo de las industrias culturales y las artes.		2.2 Coproducciones y adquisiciones de contenidos en una oferta programática diversificada, dirigida a la audiencia infantil y juvenil.

ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2024 DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2024 DEL SECTOR CULTURA			
PESEM 2017-2024 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2024 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
<p><i>O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.</i></p>	<p>A.E.3.2. Asegurar y liderar la protección, investigación, conservación y puesta en valor y uso social del Patrimonio Cultural, bajo una agenda de prioridades.</p> <p>A.E.3.5. Fortalecer las acciones e iniciativas de protección y promoción de la riqueza cultural en todos los niveles de gobiernos y en otros actores ligados a la gestión cultural.</p> <p>A.E.3.6. Promover la cooperación interinstitucional nacional e internacional y asociaciones público-privadas para el desarrollo, protección y promoción del Patrimonio Cultural.</p> <p>A.E.3.7. Promover una adecuada infraestructura, física y virtual descentralizada, para el desarrollo de las actividades vinculadas con el Patrimonio y la diversidad cultural.</p> <p>A.E.3.10. Implementación de estrategias de promoción de la</p>	<p><i>O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.</i></p>	<p>3.1. Patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP recuperado.</p> <p>3.2. Material audiovisual y fonográfico usado por la población.</p>

ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2024 DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2024 DEL SECTOR CULTURA			
PESEM 2017-2024 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2024 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	diversidad cultural y las memorias históricas. A.E.3.12. Implementar y mantener un sistema integrado de información cultural.		
<i>O.E.1. Garantizar los derechos culturales de la población, sobretodo de los sectores en situación de mayor vulnerabilidad, como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo.</i>	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.
<i>O.E. 2. Fortalecer al Estado para que gestione eficazmente la diversidad cultural y garantice los derechos de las personas.</i>	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	<i>O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.</i>	4.2. Fortalecer el posicionamiento de la Institución. 4.3. Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional.

ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2024 DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2024 DEL SECTOR CULTURA			
PESEM 2017-2024 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2024 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	<p>decisiones y gestión de políticas públicas en el Estado.</p> <p>A.E.2.4. Generar información y evidencia que permita una gestión intercultural mediante el uso de la variable étnica.</p> <p>A.E.2.11. Promover el desarrollo de lineamientos, programas y acciones para la capacitación de servidores públicos para adquirir competencias interculturales.</p> <p>A.E.2.12. Promover programas de capacitación continua de servidores públicos para la gestión cultural con estándares de calidad.</p>		
<i>O.E. 3. Consolidar a la cultura como pilar de desarrollo e identidad nacional.</i>	<p>A.E.3.1. Impulsar la mejora del marco normativo vinculado al sector cultura, considerando sus particularidades, para el desarrollo, protección y promoción del patrimonio, las industrias culturales, las artes e interculturalidad.</p> <p>A.E.3.3. Implementar programas y acciones</p>		

ALINEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PEI 2017- 2024 DEL IRTP CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PESEM 2017 – 2024 DEL SECTOR CULTURA			
PESEM 2017-2024 del SECTOR CULTURA		PEI 2017-2024 del IRTP	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	<p>para el desarrollo de capacidades de todos los actores vinculados con el sector cultura.</p> <p>A.E.3.6. Promover la cooperación interinstitucional nacional e internacional y asociaciones público-privadas para el desarrollo, protección y promoción del Patrimonio Cultural.</p> <p>A.E.3.7. Promover una adecuada infraestructura, física y virtual descentralizada, para el desarrollo de las actividades vinculadas con el Patrimonio y la diversidad cultural.</p> <p>A.E.3.8. Creación de alianzas con el sector Educación para la elaboración conjunta de programas con pertinencia cultural.</p> <p>A.E.3.12. Implementar y mantener un Sistema Integrado de Información Cultural.</p>		

ANEXO III: FICHA TÉCNICA DE LOS INDICADORES

FICHA TÉCNICA DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES

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

Nombre del indicador	Porcentaje de programas rediseñados e implementados								
Definición	Determina el porcentaje de programas que se ha rediseñado e implementado en comparación con el número total de programas existentes en la parrilla.								
Tipo de Indicador	Indicador de producto								
Nivel de desagregación geográfica	Nacional								
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base		Año						
	2%		2015						
Valor actual	Valor actual		Año						
	2%		2016						
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	7%	6%	6%	5%	5%	5%	10%	10%	
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, la identidad nacional e imagen del Perú.								
Fórmula o método de cálculo	$(N^{\circ} \text{ de programas rediseñados} / N^{\circ} \text{ de programas totales}) \times 100$								
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual								
Fuente de datos	Gerencia de Televisión - Reporte de mejora de calidad de los programas								
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								

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 desagregación geográfica	Nacional								
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base			Año					
	22%			2015					
Valor actual	Valor actual			Año					
	7%			2016					
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	9%	8%	8%	8%	8%	8%	12%	12%	
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 cálculo	$(N^{\circ} \text{ de programas de estreno} / N^{\circ} \text{ de programas totales}) \times 100$								
Periodicidad de las 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								
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.

Nombre del indicador	Porcentaje de nuevos programas implementados dirigidos a niños y jóvenes.								
Definición	Determina el porcentaje de programas nuevos implementados en la parrilla y que son dirigidos a niños y jóvenes en comparación con el número total de programas de la parrilla.								
Tipo de Indicador	Indicador de Producto								
Nivel de desagregación geográfica	Nacional								
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base			Año					
	100%			2016					
Valor actual	Valor actual			Año					
	100%			2016					
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	89%	71%	71%	48%	48%	48%	50%	53%	
Justificación	A partir de 1 de julio de 2016, el IRTP cuenta con un nuevo canal, el Canal IPe (Identidad Peruana), que busca satisfacer la urgente necesidad de entretenimiento infantil y juvenil; a través de los programas se quiere promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral mediante la transmisión de programas en las señales de radio y televisión con contenido cultural, artístico, educativo y de entretenimiento. Al lanzamiento del canal la programación ya contaba con una parrilla y con programas y coproducciones con 10 horas diarias de estrenos, por lo que la línea base considerada es la parrilla de lanzamiento del Canal.								
Limitaciones y supuestos 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 cálculo	N° de programas para niños y jóvenes emitidos/N° total de programas en la parrilla x 100.								
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual								
Fuente de datos	Gerencia de Televisión - Reporte de la programación del Canal dirigidos a niños y jóvenes								
Fuente de Verificación del indicador	Formato N° 2 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe								
Organo y entidad responsable de la medición	Gerencia de Televisión								

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 existente para digitalizar.							
Tipo de Indicador	Indicador de Producto							
Nivel de desagregación geográfica	Nacional							
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base		Año					
	-		2016					
Valor actual	Valor actual		Año					
	-		2016					
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	20%	30%	20%	10%	10%	10%	-	-
Justificación	El canal del estado fue creado en enero de 1958 y tiene casi 59 años de historia y la Radio Nacional fue creada en enero 1937 y tiene casi 80 años de historia por lo que es sumamente importante la conservación del patrimonio audiovisual del IRTP y esto significa la restauración, migración digital y tratamiento técnico documental de los archivos fonográficos y audiovisuales que yacen en el seno del IRTP desde la fundación de TV Perú y Radio Nacional: 110,375 cintas audiovisuales y fonográficas (que contiene 103,794 horas de contenidos), de las cuales el 47.57% corresponde a Radio Nacional, 21.08% a Televisión, el 9.51% a Prensa, 9.95% al archivo histórico, y el 11.89% a Filiales.							
Limitaciones y supuestos empleados	No se cuenta con una línea base. Existe ya un proyecto de inversión formulado, sin embargo, el indicador de avance del proyecto difiere del indicador establecido para el objetivo. En algunos tienen valor cero porque aún no está implementado el objeto de la acción (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2).							
Fórmula o método de cálculo	$\text{N}^\circ \text{ de horas digitalizadas} / \text{N}^\circ \text{ total de horas para digitalizar} \times 100$							
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual							
Fuente de datos	Gerencia Técnica - Informe del avance de digitalización de documentos audiovisuales							
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 responsable de la 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 geográfica	Nacional													
Línea de Base o valor base				<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>		Línea de base o valor base	Año	10%	2016					
Línea de base o valor base	Año													
10%	2016													
Valor actual				<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>		Valor actual	Año	10%	2016					
Valor actual	Año													
10%	2016													
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024						
	50%	80%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%					
Justificación	Este indicador tiene relación con la implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública que tiene como objetivo general, orientar, articular e impulsar en todas las entidades públicas el proceso de modernización hacia una gestión pública para resultados que impacte positivamente en el bienestar del ciudadano y el desarrollo del país.													
Limitaciones y supuestos 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 para luego, en la medida que se cuente con mayor serie información histórica se elegirá un valor más apropiado. En algunos tienen valor cero porque aún no estaba implementado el objeto de la acción. (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2).													
Fórmula o método de cálculo	$(N^{\circ} \text{ de Instrumentos de gestión actualizados} / \text{Total de Instrumentos de gestión}) \times 100$													
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual													
Fuente de datos	Gerencia General - Oficina General de Planificación y Desarrollo: Informe del avance de actualización de documentos de gestión del IRTP													
Fuente de Verificación del indicador	Informe de avance de la modernización de la gestión pública en IRTP													
Órgano y entidad responsable de la medición	Gerencia General, Oficina de Planificación y Desarrollo													

FICHA TÉCNICA DE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES

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

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

Nombre del indicador	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 geográfica	Nacional								
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base				Año				
	1,720				2015				
Valor actual	Valor actual				Año				
	4,652				2016				
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	6,120	6,900	6,150	9,259	9,259	9,259	7,136	4,668	
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 cantidad de horas de información ofrecidas al público.								
Fórmula o método de cálculo	N° de horas de informativos emitido en prensa.								
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual								
Fuente de datos	Gerencia de Prensa - Reporte de horas de emisión de contenidos de prensa.								
Fuente de Verificación del indicador	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de Prensa.								
Órgano y entidad responsable de la medición	Gerencia de Prensa.								

Nombre del indicador	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	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4440</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>		Línea de base o valor base	Año	4440	2015						
Línea de base o valor base	Año											
4440	2015											
Valor actual	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1,834</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>		Valor actual	Año	1,834	2016						
Valor actual	Año											
1,834	2016											
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024				
	2,190	2,800	2,190	2,190	2,190	2,190	2,409	3,137				
Justificación	El IRTP viene desarrollando estudios de pre-inversión para ampliar la cobertura de la red de radio FM, así mismo modernizar las cabinas y quipos de producción, también implementar centro de producción descentralizado a nivel regional, con una programación diferenciada, de acuerdo a su realidad e interés local y regional, por lo que a través de este indicador se desea medir el impacto de estos factores en cuanto al incremento de la cantidad de horas de información ofrecidas al público.											
Fórmula o método de cálculo	N° de horas de informativos emitido de radio.											
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual											
Fuente de datos	Gerencia de Radio - Reporte de horas de emisión de contenidos de radio.											
Fuente de Verificación del indicador	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de Radio.											
Órgano y entidad responsable de la medición	Gerencia de Radio.											

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

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

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 base	Línea de base o valor base		Año					
	41%		2015					
Valor actual	Valor actual		Año					
	43%		2016					
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	43%	45%	45%	73%	73%	73%	25%	74%
Justificación	El IRTP tiene por finalidad ejecutar actividades y acciones a nivel nacional de difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento con el fin de promover las expresiones multiétnicas y pluriculturales de la Nación para coadyuvar a la integración de todos los peruanos y afirmar la identidad nacional, por lo que su parrilla refleja los intentos de consolidar una oferta variada y plural por lo que es importante contar con un indicador que mida de qué manera se cumple su misión para la que ha sido creado.							
Fórmula o método de cálculo	$(N^{\circ} \text{ de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional} / N^{\circ} \text{ total de programas en la parrilla}) \times 100$							
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual							
Fuente de datos	Gerencia de Televisión - Reporte de la programación de Televisión.							
Fuente de Verificación del indicador	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de televisión.							
Órgano y entidad responsable de la medición	Gerencia de Televisión.							

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 producto											
Nivel de desagregación geográfica	Nacional											
Línea de Base o valor base	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>57%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>		Línea de base o valor base	Año	57%	2015						
Línea de base o valor base	Año											
57%	2015											
Valor actual	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>60%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>		Valor actual	Año	60%	2016						
Valor actual	Año											
60%	2016											
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024				
	60%	60%	60%	75%	75%	75%	85%	89%				
Justificación	El IRTP tiene por finalidad ejecutar actividades y acciones a nivel nacional de difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento con el fin de promover las expresiones multiétnicas y pluriculturales de la Nación para coadyuvar a la integración de todos los peruanos y afirmar la identidad nacional, por lo que su parrilla refleja los intentos de consolidar una oferta variada y plural por lo que es importante contar con un indicador que mida de qué manera se cumple su misión para la que ha sido creado.											
Fórmula o método de cálculo	$(N^{\circ} \text{ de programas que promueven la diversidad cultural e integración nacional} / N^{\circ} \text{ total de programas en la parrilla}) \times 100$											
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual											
Fuente de datos	Gerencia de Radio - Reporte de la programación de Radio.											
Fuente de Verificación del indicador	Formato N°3 Metas físicas alcanzadas de radio.											
Órgano y entidad responsable de la medición	Gerencia de Radio.											

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

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

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 geográfica	Nacional							
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base		Año					
	20%		2016					
Valor actual	Valor actual		Año					
	20%		2016					
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	19%	13%	13%	12%	12%	12%	20%	20%
Justificación	El 1 de julio de 2016, el IRTP se lanzó el Canal IPe (Identidad Peruana), canal dirigido a los niños y los jóvenes. Al lanzamiento del canal la programación ya contaba con una parrilla y con programas y coproducciones con 10 horas diarias de estrenos, por lo que es importante que esta oferta sea mejorada e incrementada de manera constante, principalmente con producciones nacionales.							
Limitaciones y supuestos 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 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 cálculo	N° de programas audiovisuales de estrenos propios orientados a niños y jóvenes / N° total de programas audiovisuales en la parillas orientados a niños y jóvenes.							
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual							
Fuente de datos	Gerencia de Televisión - Reporte de programas propios emitidos de estreno.							
Fuente de Verificación del indicador	Formatos N° 2 y 3 de evaluación de actividades y metas del Canal IPe.							
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.

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

Nombre del indicador	Porcentaje de programas de coproducción realizados.								
Definición	Determina el porcentaje de programas de coproducción realizados en comparación con la oferta total existente en la parrilla de programación.								
Tipo de Indicador	Indicador de Producto								
Nivel de desagregación geográfica	Nacional								
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base				Año				
	7%				2016				
Valor actual	Valor actual				Año				
	7%				2016				
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	6%	5%	6%	2%	2%	2%	0%	0%	
Justificación	A través de esta esta se desea promover relaciones estratégicas para producir contenidos audiovisuales que difundan cultura, información, entretenimiento sano para la audiencia infantil y juvenil a través del Canal IPe.								
Limitaciones y supuestos 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, 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 cálculo	N° de programas de coproducción realizados/N° total de programas en la parrilla x 100								
Periodicidad de las mediciones y reporte	Trimestral								
Fuente de datos	Gerencia de Televisión - Reporte de coproducciones realizadas.								
Fuente de Verificación del 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								

Nombre del indicador	Porcentaje de formatos y enlatados adquiridos												
Definición	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	Indicador de producto												
Nivel de desagregación geográfica	Nacional												
Línea de Base o valor base	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>62%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>									Línea de base o valor base	Año	62%	2016
Línea de base o valor base	Año												
62%	2016												
Valor actual	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>62%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>									Valor actual	Año	62%	2016
Valor actual	Año												
62%	2016												
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024					
	51%	50%	48%	35%	35%	35%	30%	30%					
Justificación	Es importante que la parrilla del nuevo Canal Ipe cuente con programas novedosos por lo que es necesario además de producir programas nacionales, promover relaciones estratégicas con otras televisiones de otras partes del mundo y contenidos televisivos y radiofónicos que difundan cultura, información, entretenimiento.												
Limitaciones y supuestos empleados	La línea de base utilizada es la parrilla de programación con la cual se lanzó el Canal en el mes de julio de 2016. Al no existir datos para algunos valores de la "línea de base", se ha considerado el valor del primer resultado de medición del indicador, en nuestro caso se ha tomado la del año 2016 para luego, en la medida que se cuente con mayor serie información histórica se elegirá un valor más apropiado. (Este mecanismo se ha aplicado conforme a la Guía Metodológica - Fase Institucional del Proceso de Planeamiento Estratégico aprobado con Resolución de Presidencia Ejecutiva de Consejo Directivo N°010-2016-CEPLAN /PDC - numeral 5. del literal C. correspondiente al Anexo 2).												
Fórmula o método de cálculo	$\text{N}^\circ \text{ de formatos enlatados adquiridos} / \text{N}^\circ \text{ total de programas en la parrilla} \times 100$												
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual												
Fuente de datos	Gerencia de Televisión - Reporte de adquisiciones de materiales televisivos enlatados.												
Fuente de Verificación del 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.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 Patrimonio Audiovisual y fonográfico recuperado.							
Definición								
Tipo de Indicador	Indicador de producto							
Nivel de desagregación geográfica	Nacional							
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base				Año			
	-				2016			
Valor actual	Valor actual				Año			
	-				2016			
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	40%	30%	20%	4%	4%	4%	-	-
Justificación	<p>El canal del Estado fue creado en enero de 1958 y tiene casi 59 años de historia. Se estima que debería tener 109,500 horas conservadas en diversos formatos sin embargo, solo cuenta con 63,655 horas de producción televisiva, lo que significa el 58% del total. La Radio Nacional fue creada en enero 1937 y tiene casi 80 años de historia. Se estima que debería tener 540,200 horas de producción conservadas en archivo; sin embargo, solo cuenta con 28,143 horas de producción fonográfica. A través de esta acción se desea recuperar la historia del Perú en audio y video. Según el inventario realizado se cuenta con 110,375 cintas audiovisuales y fonográficas (que contiene 103,794 horas de contenidos), de las cuales el 47.57% corresponde a Radio Nacional, 21.08% a Televisión, el 9.51% a Prensa, 9.95% al archivo histórico, y el 11.89% a Filiales y parte de estas necesitan pasar por un proceso de restauración o de digitalización.</p>							
Limitaciones y supuestos empleados	No existe una línea de base y un valor actual. Este objetivo está relacionado con el Proyecto de Inversión "Mejoramiento del Servicio de Documentación Audiovisual y Fonográfica del IRTP" sin embargo, el indicador del proyecto difiere del indicador del objetivo por lo que no se ha podido contar con una línea base. Se ha considerado el valor cero porque aún no está implementado el objeto de la acción.							
Fórmula o método de cálculo	$(N^{\circ} \text{ de unidades documentales recuperadas} / N^{\circ} \text{ total de unidades existentes para recuperar}) \times 100$							
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual							
Fuente de datos	Gerencia Técnica - Secretaria del Consejo Directivo: Reporte del avance de recuperación del patrimonio audiovisual.							
Fuente de Verificación del indicador	Formatos N°1 y 2 de evaluación de actividades y metas de Gerencia Técnica - recuperación de documentos audiovisuales							
Organo y entidad responsable de la medición	Gerencia Técnica, Secretaría del Consejo Directivo.							

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

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

Nombre del indicador	Porcentaje de uso de los documentos digitalizados.								
Definición	Determina el porcentaje de documentos digitalizados que han sido utilizados como insumo para la realización de materiales audiovisuales en comparación con el total de material audiovisual digitalizado.								
Tipo de Indicador	Indicador de Producto								
Nivel de desagregación geográfica	Nacional								
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base		Año						
	-		2016						
Valor actual	Valor actual		Año						
	-		2016						
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	25%	25%	25%	1%	1%	1%	1%	1%	
Justificación	Al finalizar la digitalización, el material será catalogado según palabras claves y/o género y serán almacenados en la librería/storage y después catalogados y administrados para el uso posterior para la realización de materiales audiovisuales nuevos o para la consulta del público.								
Limitaciones y supuestos empleados	No existe una línea de base y un valor actual. Este objetivo está relacionado con el Proyecto de Inversión “Mejoramiento del Servicio de Documentación Audiovisual y Fonográfica del IRTP” sin embargo, el indicador del proyecto difiere del indicador del objetivo por lo que no se ha podido contar con una línea base. Se ha considerado el valor cero porque aún no está implementado el objeto de la acción.								
Fórmula o método de cálculo	$(N^{\circ} \text{ de horas de acceso a documentos digitalizados} / N^{\circ} \text{ total de horas de documentos digitalizados}) \times 100$								
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual								
Fuente de datos	Gerencia Técnica - Secretaria del Consejo Directivo: Reporte del volumen de uso de documentos digitalizados.								
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 responsable de la medición	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	Porcentaje 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 proceso							
Nivel de desagregación geográfica	Nacional							
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base		Año					
	93,8%		2015					
Valor actual	Valor actual		Año					
	95,5		2016					
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	95%	95%	96%	95%	95%	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	$(\text{N}^\circ \text{ de transmisores de TV operativos} / \text{N}^\circ \text{ total de transmisores de TV que posee el IRTP}) \times 100$							
Periodicidad de las mediciones y reporte	Trimestral							
Fuente de datos	Gerencia Técnica: Reporte de operatividad de la Red de TV							
Fuente de Verificación del indicador	Formato N°3 evaluación de operatividad de la red nacional de TV							
Órgano y entidad responsable de la medición	Gerencia Técnica							

Nombre del indicador	Porcentaje 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 proceso											
Nivel de desagregación geográfica	Nacional											
Línea de Base o valor base	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de base o valor base</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>96,8%</td> <td>2015</td> </tr> </tbody> </table>		Línea de base o valor base	Año	96,8%	2015						
Línea de base o valor base	Año											
96,8%	2015											
Valor actual	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Valor actual</th> <th>Año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>95,2%</td> <td>2016</td> </tr> </tbody> </table>		Valor actual	Año	95,2%	2016						
Valor actual	Año											
95,2%	2016											
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024				
	95%	95%	97%	95%	95%	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	$(N^{\circ} \text{ de transmisores de radio operativos} / N^{\circ} \text{ total de transmisores de Radio que posee el IRTP}) \times 100$											
Periodicidad de las mediciones y reporte	Trimestral											
Fuente de datos	Gerencia Técnica: Reporte de operatividad de la Red de TV											
Fuente de Verificación del indicador	Formato N°3 evaluación de operatividad de la red nacional de Radio											
Organo y entidad responsable de la medición	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 estratégicas implementadas							
Definición	Determina la cantidad de convenios interinstitucionales y alianzas estratégicas implementadas							
Tipo de Indicador	Indicador de proceso							
Nivel de desagregación geográfica	Nacional							
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base		Año					
	13		2015					
Valor actual	Valor actual		Año					
	16		2016					
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	14	14	20	20	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	Número de convenios implementados							
Periodicidad de las mediciones y reporte	Trimestral							
Fuente de datos	Oficina General de Asesoría Legal: Reportes de convenios suscritos							
Fuente de Verificación del indicador	Registros Convenios suscritos							
Órgano y entidad responsable de la medición	Oficina General de Asesoría Legal							

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 el avance porcentual en cuanto a los resultados alcanzados durante la gestión por las unidades orgánicas y a nivel institucional.							
Tipo de Indicador	De Proceso							
Nivel de desagregación geográfica	Nacional							
Línea de Base o valor base	Línea de base o valor base		Año					
	98%		2015					
Valor actual	Valor actual		Año					
	94%		2016					
Meta	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	95%	95%	100%	93%	93%	93%	93%	93%
Justificación	El IRTP necesita mejorar la capacidad de gestión en cuanto a una mejor planificación, la implementación de la gestión por procesos, introducción de presupuesto por resultados, mejoramiento de los recursos humanos, gestión del conocimiento, y el uso de herramientas tecnológicas que permitan que la provisión de sus servicios sea transparente y efectiva, mediante la implementación de la Política Nacional de Modernización del Estado.							
Fórmula o método de cálculo	Promedio aritmético del porcentaje de cumplimiento del POI del IRTP y del porcentaje de ejecución del presupuesto del IRTP.							
Periodicidad de las mediciones y reporte	Anual							
Fuente de datos	Oficina General de Planificación y Desarrollo - Gerencia Administración y Finanzas: Reporte de las metas físicas y financieras registradas en la evaluación del POI y Presupuesto.							
Fuente de Verificación del indicador	Informe de resultados de metas físicas y financieras por áreas responsables y a nivel objetivos.							
Organo y entidad responsable de la medición	OGPD GAF							

ANEXO IV: GLOSARIO DE TÉRMINOS

Ancho de banda⁴

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

Analógico

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

⁴ <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.

Cobertura⁵

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).

⁵ <http://manualdeestilo.rtve.es/>

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

Decodificación

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

Definición

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

Emisión de televisión

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

Enlatados

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

Espectro de emisión

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

Frecuencia

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

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

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

HDMI

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

HDTV

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

Interactividad

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

Interoperabilidad

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

Parrilla (de programación)

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

Pauta

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

Perfil de Audiencia

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

Plataforma de televisión

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

Post producción

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

Prime time⁶

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.

Rating⁷

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.

Resolución⁸

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.

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.

⁶ <http://manualdeestilo.rtve.es/>

⁷ <http://manualdeestilo.rtve.es/>

⁸ <http://manualdeestilo.rtve.es/>

Target⁹

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, éste puede o no estar en el movimiento. Un ejemplo es televisiones, teléfonos portátiles o computadoras de mano equipadas con un receptor de TV.

Web TV¹⁰

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

⁹ <http://manualdeestilo.rtve.es/>

¹⁰ <http://manualdeestilo.rtve.es/>

Webcasting¹¹

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.

¹¹ <http://manualdeestilo.rtve.es/>