Firma Digital
Firmado digitalmente por COYA HONORES Hugo Eduardo FAU 20338915471 soft
Presidente Ejecutivo
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 21.01.2019 15:58:32 -05:00

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

Lima, 21 de Enero del 2019

RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA EJECUTIVA N° D000002-2019-IRTP-PE

VISTO: Memorando N° 041-2018-OCII/IRTP de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional y el Memorando N° 819-2018-OPP/IRTP 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, 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 televisiva a su cargo, con programas educativos, culturales, informativos y de esparcimiento;

Que, la Quincuagésima Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 30372 *"Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2016"*, en adelante la Ley, estableció como obligación de todas las Entidades del Estado, de los tres niveles de gobierno, la implementación del Sistema de Control Interno;

Que, mediante Resolución de Contraloría N° 149-2016-GG del 13 de mayo de 2016, se aprobó la Directiva N° 013-2016-CG/GPROD "*Implementación del Sistema de Control Interno en las Entidades del Estado"*, cuya finalidad es dar cumplimiento a lo dispuesto en la Quincuagésima Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley, con el fin de fortalecer el control interno en las entidades del Estado para el eficiente, transparente y correcto ejercicio de la función pública en el uso de los recursos del Estado;

Que, mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 040-2009/IRTP, modificada a través de las Resoluciones de Presidencia Ejecutiva N° 083-2015/IRTP y N° 024-2017/IRTP se conformó el Comité de Control Interno del IRTP;

Que, mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 046-2017/IRTP se aprobó el Reglamento del Comité de Control Interno del IRTP, con el objeto de regular la organización y funcionamiento de dicho Comité;

Que, en el Acta de reunión del Comité de Control Interno del IRTP de fecha 22 de febrero de 2017, se advierte que se presentó el Plan de Trabajo 2017 para la implementación del Sistema de Control Interno del IRTP, cuyo componente N° 4 denominado "Información y Comunicación", comprende como actividad la elaboración del "Plan de Comunicación Institucional del IRTP" a cargo de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional;

Firma Digital
Firmado digitalmente por ERNINZON VALLARINO Felipe Vicente FAU 20338915471 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 21.01.2019 11:28:09 -05:00

Firma Digital
Firmado digitalmente por MAKHLUF ALEM Karim Ernesto FAU 20338915471 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 21.01.2019 10:19:17 -05:00

Firma Digital
Firmado digitalmente por PACHECO SARMIENTO Jessica Madeleine FAU 20338915471 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 18.01.2019 17:12:38 -05:00

Firma Digital
Firmado digitalmente por GARCIA FLORENTINO Ruth Esther FAU 20338915471 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 18.01.2019 17:10:14 -05:00

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: http://appinterno.pcm.gob.pe/sgdinterno/register/verifica Clave: LZEWJPT

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERÚ
CERTIFICO: QUE LA PRESENTE COPIA ES FIEL REFLEJO DEL ORIGINAL QUE HE TENIDO A LA VISTA Y A LA CUAL ME REMITO DE SER NECESARIO.
Lic. RUTH GARCÍA FLORENTINO
FEDATARIO
Reg. N° 038 Fecha 22-01-19

Que, mediante el Memorándum N° 041-2018-OCII/IRTP la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional remitió a la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, el proyecto del *"Plan de Comunicación Institucional del IRTP"*;

Que, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto a través del Memorando N° 819-2018-OPP/IRTP, manifiesta que, ha revisado el contenido del proyecto y opina favorablemente, razón por la cual, solicita la aprobación del *"Plan de Comunicación Institucional del IRTP"*;

Con el visto bueno de la Gerencia General, la Oficina Planeamiento y Presupuesto, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, Oficina de Asesoría Jurídica; y, en uso de las atribuciones conferidas por el Reglamento de Organización y Funciones del IRTP, aprobado por Decreto Supremo N° 056-2001-ED, modificado mediante Decreto Supremo N° 006-2018-MC;

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- Aprobar el "*Plan de Comunicación Institucional del IRTP*", que como anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo Segundo.- Disponer que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional cumpla con el cronograma establecido en el *"Plan de Comunicación Institucional del IRTP"*, para lo cual, deberá informar de forma mensual, a la Gerencia General, respecto de las actividades realizadas.

Artículo Tercero.- Encargar a la Oficina de Informática y Estadística la publicación de la presente resolución en el portal web institucional del IRTP.

Regístrese, Comuníquese, Publíquese y Cúmplase.

Documento firmado digitalmente

«HUGO EDUARDO COYA HONORES»
«PRESIDENTE EJECUTIVO»
I.R.T.P.

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERÚ
CERTIFICO: QUE LA PRESENTE COPIA ES FIEL REFLEJO DEL ORIGINAL QUE HE TENIDO A LA VISTA Y A LA CUAL ME REMITO DE SER NECESARIO
Lic. RUTH GARCÍA FLORENTINO
SECRETARIO
Reg. Nº 03 Fecha 22-01-19

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: http://appinterno.pcm.gob.pe/sgdinterno/register/verifica Clave: LZEWJPT

PERÚ | Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú | TV Perú Radio Nacional Radio La Crónica

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ

PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ – IRTP

Oficina de Comunicación e Imagen Institucional

2018

ÍNDICE

I. PRESENTACIÓN 3
II. JUSTIFICACIÓN 4
III. LA ORGANIZACIÓN 5
IV. OBJETIVOS 6
V. BASE LEGAL 7
VI. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN 7
VII. PÚBLICO OBJETIVO 9
VIII. MENSAJE FUERZA 9
IX. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN 10
X. ACCIONES DE COMUNICACIÓN 11
XI. CRONOGRAMA 13
XII. PRESUPUESTO 14
XIII. SEGUIMIENTO Y CONTROL 14
XIV. EVALUACIÓN 14
XV. VIGENCIA 14
XVI. APROBACIÓN 14

OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL – I.R.T.P. OCII

OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA V°B° IRTP

OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO IRTP OPP

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ GERENCIA GENERAL I.R.T.P.

I. PRESENTACIÓN

Cada una de las dos herramientas básicas de comunicación-interna y externa-requiere el apoyo de las relaciones públicas, una gestión de prensa y el funcionamiento exitoso de una empresa dirigida a dar a conocer y captar la atención de la sociedad.

En virtud a ello, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional realiza diversas tareas como la de gestionar las relaciones con los medios de forma habitual, crear contenidos para su difusión (identificar y dar forma a la información interna susceptible de ser noticia e identificar focos de interés por tipo de medio, sector y profesionales para generar noticias). Asimismo, realizar un seguimiento a los medios, fortalecer la capacidad comunicativa de los integrantes del área, organizar los actos públicos (ruedas de prensa, conferencias, eventos diversos...) propios o vinculados al IRTP.

A esto se le añade gestionar eventos corporativos, prestar asesoramiento en materia de protocolo, coordinar las visitas oficiales a la sede e Identificar los foros o necesidades de proyección de la empresa o de la alta dirección.

En la actualidad, la dinámica de las tecnologías de las comunicaciones, los cambios en los hábitos de consumo de las audiencias, la masificación de internet, la diversidad de plataformas, así como y los cambios en la industria de la televisión y los contenidos audiovisuales, inciden directamente en la televisión pública y en su labor de producir y emitir contenidos de alta calidad. Esto puede tomarse como una seria amenaza respecto a la financiación de la televisión pública, pero también como un motor de inspiración y motivación para fortalecer las estructuras del canal estatal.

Actualmente el sector de la televisión en el Perú enfrenta un entorno complejo y cambiante, debido principalmente a transformaciones tecnológicas, y a la presencia de nuevos actores y nuevos escenarios de mercado, que han impulsado la construcción de una nueva política pública de televisión y contenidos audiovisuales en la que se está trabajando. En TV Perú, la propuesta actual es alinearse a este entorno de modernización y ponerse al tanto con las demandas del mercado, evolucionando hacia un medio de comunicación ágil y eficiente, con nuevas ofertas para nuestras audiencias y clientes empresariales que nos permitirán ser sus aliados estratégicos en el negocio de comunicaciones. Estamos comprometidos con el cambio, trabajamos arduamente para ofrecer contenidos convergentes de alto nivel, a través de las cuatro plataformas vigentes que nos permiten llegar a las audiencias más alejadas del país y decididos a cumplir con nuestros compromisos de informar, entretener, educar y contribuir al desarrollo social y cultural de nuestra nación.

Por lo expuesto, el Plan de Comunicación Institucional es el resultado de un importante trabajo en equipo, que determinará los lineamientos a seguir para consolidarse como una empresa líder en el país, sostenible, ejemplar y preferida por el público nacional.

OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO IRTP OPP

OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL I.R.T.P. OCII

OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA V°B° IRTP

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ GERENCIA GENERAL I.R.T.P.

II. JUSTIFICACIÓN

El Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú-IRTP, tiene a su cargo TV Perú, TV Noticias 7.3, Canal IPe, Radio Nacional y Radio La Crónica, medios de comunicación del Estado, a través de los cuales se transmiten contenidos audiovisuales y fonográficos que contribuyan con el acceso a la cultura, información, sano entretenimiento, así como a la información dirigida para los casi 4 millones de peruanos que residen fuera del país en diferentes partes del mundo.

Cabe recordar que, en el marco del proceso de la modernización del Estado, el 5 de julio de 1996 se creó el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP), mediante Decreto Legislativo Nº 829, sobre la base de la ya existente Empresa de Cine, Radio y Televisión Peruana S.A.

Dicho decreto estableció que el IRTP tiene por finalidad la difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento a nivel nacional, a través de los medios de radiodifusión del Estado que tiene a su cargo: TV Perú, Radio Nacional del Perú y Radio La Crónica.

Inicialmente, el IRTP se constituyó como programa dentro del pliego presupuestal del Ministerio de Educación. Sin embargo, considerando que sus actividades se desarrollan bajo modalidades del ámbito empresarial y con características propias de las empresas privadas de radiodifusión, el IRTP queda comprendido a partir del 1º de julio de 1997 dentro de la Sección Segunda Instancia Descentralizada del Presupuesto del Sector Público para 1997, elevándolo a la categoría presupuestal de pliego.

Asimismo, el 17 de setiembre del mismo año, se modifica el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del IRTP adecuándolo como organismo público descentralizado del sector Educación con personería jurídica de derecho público interno y con autonomía administrativa, económica y financiera. El 18 de julio de 2001, se modificó el ROF del IRTP, obteniendo el documento vigente a la fecha.

El 3 de enero de 2012, mediante Decreto Supremo N° 001-2012-PCM, se adscribe el IRTP a la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), en razón a su carácter multisectorial, así como a la función que cumple el IRTP como organismo encargado de promover la cultura, la información, el esparcimiento y la educación a la población a nivel nacional.

Posteriormente el 16 de agosto de 2016 mediante Decreto Supremo N° 061-2016-PCM, se adscribe al Ministerio de Cultura. Este cambio obedece a las prioridades de reforma de gobernanza con el objetivo de fortalecer la capacidad institucional del Estado para establecer, conducir y operar una estrategia de desarrollo nacional con el fin de lograr el crecimiento inclusivo y la prosperidad en todo el país. Por ello, el Estudio de Gobernanza Pública elaborado por la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) y aprobado por el Comité de Gobernanza Pública el pasado 22 de abril, recomendaba al gobierno formas de enfrentar estos retos e identificó áreas prioritarias de acción para fortalecer la calidad y la eficiencia de las instituciones públicas con el fin de mejorar sus resultados, entre ellas las que se encontraban en el ámbito de competencia de la Presidencia del Consejo de Ministros. En ese sentido, este Estudio además de indicar que la PCM está compuesto por Secretarías y Oficinas que cumplen funciones propias de la entidad, recomienda que aquellos organismos públicos que no estuviesen vinculados a los mandatos de la PCM, se transfieran al sector competente.

En ese sentido, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional considera de vital importancia, generar una imagen corporativa de TV Perú, Radio Nacional y Radio La Crónica, como medios de comunicación que promuevan la cultura, el sano entretenimiento y la información plural a través de su programación habitual. De igual manera, destacar como elemento técnico, la amplia cobertura que posee actualmente. Esto se conseguirá con la transmisión de sus contenidos y mediante su difusión a través de los diferentes medios de comunicación, ya sean tradicionales / on line, para lo cual se emplearán diferentes herramientas de relaciones públicas, a fin de obtener la imagen más idónea y relevante para la institución.

III. LA ORGANIZACIÓN

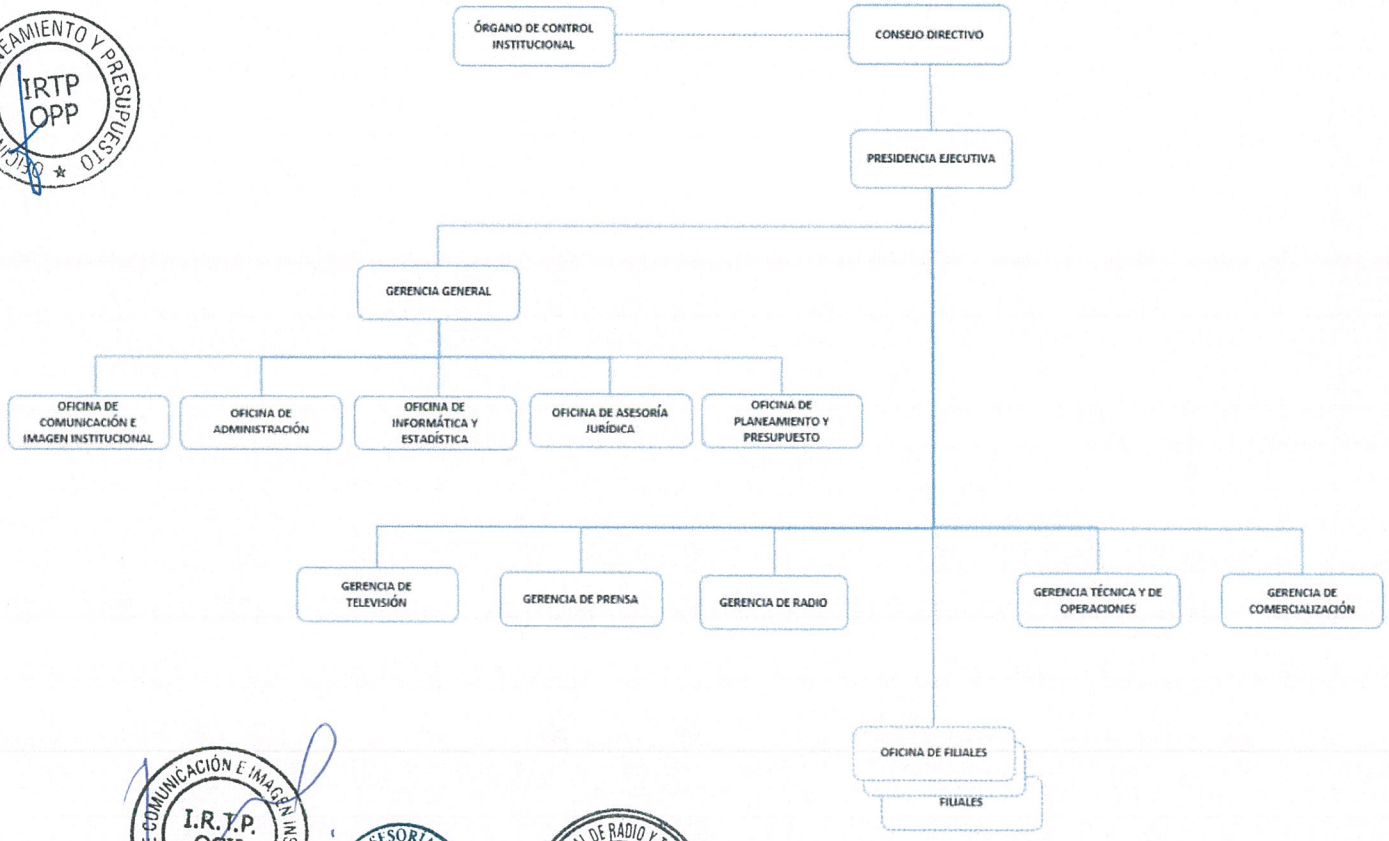
3.1. Misión Institucional:

"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".

3.2. Visión sectorial

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

3.3. Organigrama



3.4. Objetivos Estratégicos y Acciones Estratégicas

De acuerdo a lo establecido en el Plan Estratégico 2017-2019, las actividades del IRTP se encuentran alineadas a los siguientes objetivos estratégicos y acciones estratégicas:

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
O.E.1. Mejorar la calidad de la información y contenidos audiovisuales que promuevan la integración de la ciudadanía.	A.E.1.1. Información audiovisual de calidad de manera oportuna y accesible a todos los peruanos/as. A.E.2.1. Contenidos accesibles y variados para todos los peruanos, que promuevan la diversidad cultural e integración nacional.
O.E.2. Fomentar la producción y difusión de contenidos audiovisuales culturales orientados a los niños, niñas y juventud peruana.	A.E.2.1. 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.
O.E.3. Preservar y poner en valor el patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP en beneficio de la población.	A.E.3.1. Patrimonio audiovisual y fonográfico del IRTP recuperado. A.E.2.2. Material audiovisual y fonográfico usado por la población.
O.E.4. Fortalecer la gestión institucional en beneficio de la ciudadanía.	A.E.4.1. Optimizar el equipamiento y la infraestructura. A.E.4.2. Fortalecer el posicionamiento de la institución. A.E.4.3. Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional.

IV. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General:

Generar una imagen corporativa en el público, a través de la cual, sean reconocidos TV Perú, Radio Nacional y Radio La Crónica, como medios de información pública que brindan acceso a la cultura, información plural y sano entretenimiento.

4.2. Objetivos Específicos:

Objetivo Específico 1: Fortalecer el posicionamiento de la imagen externa del IRTP y los medios de comunicación pública a su cargo, como entes de difusión orientados al servicio de la ciudadanía.

Objetivo Específico 2: Crear una cultura de comunicación que fortalezca y consolide la identidad corporativa.

V. BASE LEGAL

- Decreto Legislativo N°829, Creación del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú-IRTP.
- Decreto Supremo N° 056-2001-ED, "Reglamento de Organización y Funciones del IRTP", modificado por Decreto Supremo N° 006-2018-MC.
- Reglamento de Organización y Funciones del IRTP-(ROF).

VI. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

6.1. Contexto local

El Perú se encuentra situado en la parte central y occidental de América del Sur. Está conformado por un territorio de una superficie continental de 1.285.215,60 km², que se distribuyen en región costeña 136.232,85 km² (10,6%), región andina 404.842,91 km² (31,5%) y región amazónica 754.139,84 km² (57,9%).

Los Andes atraviesan el Perú de norte a sur, condicionando con su imponente presencia el clima y la orografía del país. La población del Perú de acuerdo con estimaciones y proyecciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática en enero de 2017, supera actualmente los 32 204 325 habitantes con una densidad promedio de 24 habitantes por km² y su tasa de crecimiento anual es de 1,1 %.2 El 52,6 % de la población peruana vive en la costa, el 38 % en la sierra, y el 9,4 % en la selva.

A nivel nacional, el televisor (98.7%), el celular (92.9%) y la radio (91.3%) son los equipos más presentes en los hogares peruanos. Entre Lima y Provincia, la mayor diferencia se da respecto a la tenencia de Internet, siendo mayor en la ciudad de Lima (60.7%), según el estudio cuantitativo "Consumo Televisivo y Radial" del 2017.

Asimismo, según el mismo estudio, la tenencia de la TV pagada se incrementó en 3% en comparación a lo reportado en el 2015, siendo Tumbes (+29%), Trujillo (+12%) y Pucallpa (+11%) las ciudades con mayor crecimiento. Las principales razones por las que cuentan con este servicio son: la variedad de programas (45.4%), mejor captación de los canales (35.8%), más opciones de entretenimiento (33.2%) y variedad de canales (24.9%).

Además, la TV es el medio de comunicación de mayor consumo, llegando a casi el 100% en ciudades como Tumbes (99.3%), Piura (99.1%) y Chimbote (99.1%). En comparación al 2015, el uso de Internet ha crecido en 15% (de lunes a viernes) y en 19% (sábados y domingos). Asimismo, el consumo de radio aumentó en 4.3% (de lunes a viernes) y en 5.2% (sábados y domingos).

En el caso de los fines de semana, las ciudades con mayor consumo de TV son Ica (99.1%), Trujillo (98.7%) y Piura (97.7%), y las de menor consumo son Ayacucho (71.1%), Cajamarca (86.2%) y Cusco (86.6%).

Por ello, la televisión constituye un elemento de vital importancia aprovechar el potencial de la televisión, debido a que el receptor puede ser el medio para que todos los ciudadanos tengan acceso a información y productos culturales en forma instantánea, así como a la información dirigido para los casi 4 millones de peruanos que residen fuera del país en diferentes partes del mundo.

6.2. Contexto social

Desde el punto de vista social, la televisión nacional cumple una función educativa, difundiendo una amplia gama de conocimientos. En virtud a este aspecto, la televisión nacional debe guardar tres condiciones esenciales: universalidad, es decir, de acceso en todo el territorio nacional, llegar a un público lo más amplio posible. No debe confundirse con los índices de audiencia. Como segundo factor el pluralismo: debe ofrecer contenidos diversos, satisfacer a la mayor cantidad de personas, diversificando los temas tratados, y responder a los intereses de todas las audiencias. Por último, independencia: la libertad de actuación del medio de comunicación frente a los intereses privados.

Según el estudio cuantitativo "Consumo Televisivo y Radial" del 2017, realizado por ConcorTV, a nivel nacional, son vistos de manera frecuente y muy frecuente en la TV los siguientes contenidos: violencia (56.6%), palabras groseras/insultos (44.1%), trato discriminatorio (39.2%), escenas de sexo/desnudos (28.4%) y contenidos para adultos en Horario Familiar (22.9%). Respecto a la presencia de contenidos discriminatorios, la percepción en Provincia (44.4%) es mayor, frente a la de Lima (36%).

Asimismo, en la radio, los contenidos inadecuados con mayor presencia son la violencia (16%), palabras groseras/insultos (14.4%), trato discriminatorio (13%), frases de connotación sexual (9.2%), y contenidos para adultos en Horario Familiar (6.7%).

Finalmente, TV Perú es considerado por la mayoría de los peruanos/as como un canal de programación entretenida, informativa y de calidad (88.7%), que tiene buena programación para niños, niñas y adolescentes (84.1%), y el que recoge todas las voces del Perú (78.8%). Asimismo, es considerado como un canal a través del cual los usuarios se enteran de lo que sucede en su localidad (76.8%).

Por ello, el presente Plan de Comunicaciones está enmarcada dentro de un contexto social, en donde los contenidos que se difunde actualmente el IRTP, están orientados a promover la cultura, una información plural y sano entretenimiento a toda la población.

6.3. Contexto organizacional

El Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP) es un organismo público que goza de autonomía administrativa, económica y financiera. Tiene como Misión; generar y difundir contenidos audiovisuales de calidad, que promuevan la identidad nacional y el bienestar de los peruanos, a través de nuestras plataformas de comunicación, y por Visión; Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.

Está conformado por los medios de comunicación TV Perú, TV Noticias 7.3, Canal IPe, Radio Nacional y Radio la Crónica. Sus actividades principales son: ejecutar actividades y acciones a nivel nacional de difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de esparcimiento; informar en forma oportuna y veraz a la población y crear 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. Asimismo, desarrollar 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. Finalmente, operar los medios de radiodifusión sonora y por televisión de propiedad del Estado.

VII. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de TV Perú está constituido por los principales segmentos poblacionales del país: niños, jóvenes y adultos de ambos sexos a través de sus cuatro señales: TV Perú, TV Noticias 7.3, TV Perú HD y el canal IPe. TV Perú es el medio de comunicación de mayor cobertura en todo el territorio nacional, pues dispone de 276 estaciones y de las estaciones del CPACC (Conglomerado de Proyectos de Apoyo a la Comunidad Comunal, del Ministerio de Transportes y Comunicaciones), que al 2005 eran 1,230 instaladas en centros poblados, comunidades campesinas y nativas (FITEL, 2013). El público objetivo de TV Perú está conformado por los ciudadanos del país, los responsables políticos, las asociaciones, los sindicatos, los líderes de opinión, los grupos empresariales, los bloggers, los profesionales y otras Administraciones públicas, etc. Una función esencial es servirlos, como medio de comunicación estatal, generando y poniendo la información a su servicio, factor vital para la vida democrática de una nación. Ningún segmento poblacional pasa desapercibido, pues hasta los niños y jóvenes a través del Canal IPe, tienen una alternativa a través de una programación orientada a la difusión de programas infantiles y juveniles.

OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO IRTP OPP

VIII. MENSAJE FUERZA

"Información, entretenimiento y cultura para todos los peruanos"

OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL I.R.T.P. OCII

OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA V°B° IRTP

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ GERENCIA GENERAL I.R.T.P.

IX. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

A continuación, se muestran las estrategias o acciones estratégicas de comunicación alineadas a cada uno de los objetivos específicos, así como a las acciones estratégicas del PEI 2017-2019:

Objetivo Específico 1: Fortalecer el posicionamiento de la imagen externa del IRTP y los medios de comunicación pública a su cargo, como entes de difusión orientados al servicio de la ciudadanía.

ACCIÓN ESTRATÉGICA (PEI 2017-2019)	ACCIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN
A.E.4.2. Fortalecer el posicionamiento de la institución.	• Fortalecer la imagen corporativa institucional.
	• Generar y promover la elaboración y difusión de información sobre las actividades y programas del IRTP y realizar el seguimiento correspondiente.
	• Fortalecer la relación con los medios de prensa y colectivos diversos.

Objetivo Específico 2: Crear una cultura de comunicación que fortalezca y consolide la identidad corporativa.

ACCIÓN ESTRATÉGICA (PEI 2017-2019)	ACCIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN
A.E.4.3. Mejorar el rendimiento y desempeño de la gestión institucional.	• Consolidar la estructura de la comunicación institucional.

X. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

10.1. Tácticas

ACCIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN (TÁCTICA)
• Fortalecer la imagen corporativa institucional.	• Formular estrategias de difusión para optimizar la imagen corporativa de la institución a través de redes, campañas y presencia y posicionamiento de la marca institucional. • Gestionar coberturas mediáticas especiales (reportajes) sobre temas importante que se requieran destacar, sobre desarrollo, descentralización, educación y entretenimiento. • Elaborar reporte de respuestas a las sugerencia y opiniones del público. • Contribuir a fortalecer la presencia de nuestra institución y difundir el logotipo del IRTP para que la ciudadanía comprenda que todos somos parte de la televisora estatal. • Difundir información oportuna, transparente, clara y útil para que los medios y la población en general reconozcan al IRTP como una institución líder a nivel nacional. • Formular los lineamientos para optimizar la imagen institucional del IRTP. • Facilitar visitas guiadas a las instalaciones del IRTP para instituciones públicas y privadas.
• Generar y promover la elaboración y difusión de información sobre las actividades y programas del IRTP y realizar el seguimiento correspondiente.	• Organizar conferencias de prensa para difundir los programas producidos y transmitidos por la institución. • Planear, organizar y dirigir el constante suministro de información institucional a los diversos medios de comunicación. • Elaborar boletines, revistas, trípticos, etc. cuando sea requerido. • Elaborar notas de prensa para promocionar los programas del IRTP.
• Fortalecer la relación con los medios de prensa y colectivos diversos.	• Establecer una comunicación telefónica, por correo electrónico y por redes sociales oficiales como canales para el intercambio de información. • Sociabilizar a la institución con el público objetivo, a través de la difusión de la programación de TV Perú y Radio Nacional.
• Consolidar la estructura de la comunicación institucional.	• Elaborar la síntesis informativa institucional. • Realizar reuniones periódicas con el personal responsable para recabar información y discutir acciones concretas relacionadas al mejoramiento de la comunicación institucional. • Publicar en intranet recortes periodísticos y notas de prensa.

10.2. Canales y medios

Uso de medios tradicionales, internet, manejo de redes sociales, entrevistas personales con los responsables de publicaciones, páginas web, etc.

10.3. Herramientas de comunicación

Las herramientas de relaciones públicas que se emplearán para difundir el mensaje al público, a fin de conseguir los objetivos son los siguientes:

a) Notas de Prensa

Las notas de prensa se redactan con el objetivo de difundir al público el lanzamiento de programas nuevos y la transmisión de eventos especiales que realiza TV Perú y Radio Nacional, las cuales serán enviadas a los medios de comunicación impresos y digitales.

b) Conferencias de Prensa

Las Conferencias de Prensa se organizan con la finalidad de dar a conocer las actividades que realiza nuestra institución para anunciar nuevos espacios, relanzamientos y aniversarios de los programas de TV Perú y Radio Nacional. Son organizadas a solicitud de la Presidencia Ejecutiva del IRTP, en coordinación con las gerencias y producciones correspondientes.

c) Entrevistas

Se llevan a cabo, con la finalidad de que las autoridades de la institución, brinde de manera exclusiva, información amplia sobre alguna actividad, campaña, lanzamiento y otros que está realizando TV Perú o Radio nacional.

d) Plan de Comunicación Interna

Documento elaborado por el Área de Administración de Personal, que establece las líneas de acción de comunicación interna, a fin de fortalecer la identidad organizacional y el sentido de pertenencia de los servidores y servidoras hacia el IRTP.

10.4. Diseño y contenidos

Utilización de elementos audiovisuales, diseñar piezas gráficas como infografías, relacionar la temática con temas de actualidad, humanizar la comunicación, generar la bidireccionalidad, actualizar permanentemente los contenidos, entre otras.

10.5. Contratación de la publicidad

Contratación según la preponderancia de programas y las exigencias coyunturales que se presenten.

XI. CRONOGRAMA

N°	ACTIVIDADES	MESES												INDICADORES
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
1	Formular estrategias de difusión para optimizar la imagen corporativa de la institución.			X										Informe de Estrategias elaboradas
2	Gestionar coberturas mediáticas especiales (reportajes) sobre temas importantes que se requieran destacar.	X			X			X			X			Informe de Coberturas realizadas
3	Elaborar de reporte de respuestas a las sugerencias y opiniones del público.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Reporte de respuestas elaborado
4	Contribuir a fortalecer la presencia de nuestra institución y difundir el logotipo del IRTP para que la ciudadanía comprenda que todos somos parte de la televisora estatal.	X						X						Informe de actividades de difusión
5	Difundir información oportuna, transparente, clara y útil para que los medios y la población en general reconozcan al IRTP como una institución líder a nivel nacional.	X						X						Informe de actividades de difusión
6	Formular los lineamientos para optimizar la imagen institucional del IRTP.				X									Manual de crisis de comunicación
7	Facilitar visitas guiadas a las instalaciones del IRTP para instituciones públicas y privadas.						X						X	Informe de visitas guiadas
8	Organizar conferencias de prensa para difundir los programas producidos y transmitidos por la institución.			X				X					X	Informe de conferencias de prensa realizadas
9	Planear, organizar y dirigir el constante suministro de información institucional a los diversos medios de comunicación.			X				X					X	Informe de suministro de información remitida
10	Elaborar boletines electrónicos, trípticos, etc. cuando sea requerido.						X						X	Boletines y trípticos elaborados
11	Elaborar notas de prensa para promocionar los programas de IRTP.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Notas de prensa difundidas
12	Establecer una comunicación telefónica, por correo electrónico y por redes sociales oficiales como canales para el intercambio de información.						X						X	Informe de comunicaciones externas realizadas
13	Sociabilizar a la institución con el público objetivo, a través de la difusión de la programación de TV Perú y Radio Nacional.						X						X	Informe de difusión de programación
14	Elaborar la síntesis informativa institucional.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Correo de síntesis informativa enviado
15	Realizar reuniones periódicas con el personal responsable para recabar información y discutir acciones concretas relacionadas al mejoramiento de la comunicación.			X				X					X	Acta de Reunión
16	Publicar en intranet recortes periodísticos y notas de prensa.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Síntesis informativa publicada en intranet

OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO IRTP OPP

OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL - I.R.T.P. OCII

OFICINA DE ASESORIA JURIDICA V°B° IRTP

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ - I.R.T.P. - GERENCIA GENERAL

XII. PRESUPUESTO

El consignado en el Plan Operativo Institucional del IRTP para el 2018, alineado al Plan Estratégico Institucional del IRTP 2017-2019 (Oficina General de Planificación y Desarrollo).

XIII. SEGUIMIENTO Y CONTROL

Parte esencial del Plan de Comunicación es el establecimiento de mecanismos para el seguimiento y desarrollo de los objetivos específicos y de las acciones de comunicación.

El seguimiento y control ha de efectuarse de forma continua a lo largo de la implantación del Plan y nos va a permitir "controlar" y "medir" en tiempo real la evolución y el desarrollo de las estrategias; pudiendo corregir y subsanar posibles carencias en su implementación aprobando nuevas metas a partir de los resultados obtenidos.

Para este seguimiento y control se han aprobado una serie de indicadores cualitativos, que se muestran en el cronograma anterior, en el que se establece la periodicidad para la medición de los resultados obtenidos en cada una de las acciones de comunicación (tácticas).

XIV. EVALUACIÓN

El plan de comunicación institucional es una herramienta viva, que tiene que adaptarse a la realidad. y debemos saber en todo momento si se está cumpliendo con los objetivos específicos planteados.

- Por ejemplo, si hemos enviado una nota de prensa, cuántas noticias han salido publicadas, en qué tipo de medio, qué longitud, si se ha plasmado el mensaje que queríamos...
- Si hemos organizado una Conferencia de Prensa, cuantos medios de comunicación han asistido, cuantas peticiones de información han hecho, etc.
- Si hemos creado una página web, cuántas visitas únicas tenemos, cuánto tiempo están en nuestra página, cómo llegan a ella...

Con los indicadores establecidos en el presente plan, podremos determinar si se han cumplido los objetivos o si es necesario reorientar la estrategia. Para lo cual, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional debe emitir un Informe anualmente en el que se explique detalladamente el nivel de cumplimiento de las acciones de comunicación (tácticas).

XV. VIGENCIA

El presente Plan de Comunicación Institucional entrará en vigencia al día siguiente de su aprobación.

XVI. APROBACIÓN

El presente Plan de Comunicación Institucional será aprobado a través de una Resolución del Presidencia Ejecutiva.