



PERÚ

Ministerio de Cultura

Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú

Jefatura



Firma Digital

Firmado digitalmente por CHANDIA ROQUE Ninoska Rosario FAU 20338915471 hard Cargo: Jefa Institucional Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 06.06.2025 12:34:47 -05:00

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Lima, 06 de Junio del 2025

RESOLUCIÓN DE JEFATURA N° 000035-2025-IRTP-JE

VISTOS: El Informe N° 000026-2025-IRTP-OCII de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, el Informe N° 000210-2025-IRTP-UMPC de la Unidad de Modernización, Planeamiento y Cooperación; el Memorando N° 001121-2025-IRTP-OPP de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto; y, el Informe N° 000193-2025-IRTP-OAJ de la Oficina de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Que, mediante el Decreto Legislativo N° 829 se crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, 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, mediante Resolución de Gerencia General N° 000020-2025-IRTP-GG se aprueba la Directiva DIR N° 001-2025-IRTP-OPP, “Directiva para la formulación, aprobación y evaluación de Documentos de Gestión Interna del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP”, que tiene por objetivo establecer las disposiciones, acciones y criterios para la formulación, revisión, aprobación, implementación y evaluación de documentos de gestión interna del IRTP;

Que, mediante Resolución de Jefatura N° 000006-2025-IRTP-JE se aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2030 Actualizado del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, que considera, entre otros, la acción estratégica institucional “*AEI.07.07-Imagen institucional fortalecida del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú*”, correspondiente al objetivo estratégico “*OEI.07 - Fortalecer la gestión institucional para la gobernanza*” y el indicador “*Número de estrategias de comunicación ejecutadas por el IRTP*”;

Que, el literal c) del artículo 42 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, aprobado por Resolución de Jefatura N° 000002-2025-IRTP-JE, establece que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional tiene la función de formular, proponer y ejecutar el Plan de Comunicación Institucional;

Que, en virtud de ello, a través del Informe N° 000026-2025-IRTP-OCII, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional ha formulado y sustentado el proyecto de “Plan de Comunicación Estratégico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú 2025”, contando con la opinión favorable de los órganos involucrados, cuyo objetivo es “*Desarrollar y posicionar una identidad cohesiva para el IRTP, que unifique sus múltiples plataformas bajo una marca distintiva, logrando una sólida identificación y posicionamiento tanto internamente entre colaboradores y unidades de organización, como externamente con aliados, ciudadanía y tomadores de decisión a fin de establecer una marca que sea sinónimo de diversidad, calidad y compromiso con el desarrollo cultural y educativo del país*”;

Av. José Gálvez 1040, Urb. Santa Beatriz, Lima
Central telefónica: (511) 619-0707
www.gob.pe/irtp
Certificados con ISO 37001:2016



Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por el IRTP, 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: <https://sgd.irtp.gob.pe:8181/verifica/inicio.do> e ingresando la clave: **PFEWFXN**

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N° 27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su Reglamento y modificatorias. La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: <https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml>

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Que, mediante Memorando N° 001121-2025-IRTP-OPP, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto hace suyo el contenido del Informe N° 000210-2025-IRTP-UMPC de la Unidad de Modernización, Planeamiento y Cooperación, quien luego de revisar, analizar y evaluar la pertinencia y la necesidad del referido proyecto de documento normativo, las competencias del órgano proponente y la alineación del contenido a los objetivos institucionales, emite opinión favorable sobre el proyecto de "Plan de Comunicación Estratégico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú 2025", propuesto por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, precisando que cumple con las disposiciones de la Directiva DIR N° 001-2025-IRTP-OPP, "Directiva para la Formulación, Aprobación y Evaluación de Documentos de Gestión Interna del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú — IRTP", por lo que, solicita a la Oficina de Asesoría Jurídica emitir opinión y continuar con el trámite de aprobación de la referida propuesta;

Que, mediante Informe N° 000193-2025-IRTP-OAJ, la Oficina de Asesoría Jurídica opina que resulta legalmente viable aprobar el proyecto de "Plan de Comunicación Estratégico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú 2025", formulado y sustentado por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional y que cuenta con la opinión técnica favorable de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto;

Que, de acuerdo con el literal c) del artículo 9 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del IRTP, aprobado por Resolución de Jefatura N° 000002-2025-IRTP-JE, la Jefatura es competente para dirigir, aprobar y evaluar a nivel institucional que aseguren la calidad de los servicios de radiodifusión, y de las competencias del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú;

Que, por las consideraciones expuestas, corresponde aprobar el proyecto de "Plan de Comunicación Estratégico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú 2025", formulado por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional a través del Informe N° 000026-2025-IRTP-OCII;

Con el visto bueno de la Gerencia General, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, la Oficina de Asesoría Jurídica y la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional; y,

De conformidad con lo dispuesto en la Directiva DIR N° 001-2025-IRTP-OPP, "Directiva para la formulación, aprobación y evaluación de Documentos de Gestión Interna del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP", aprobada por Resolución de Gerencia General N° 000020-2025-IRTP-GG; el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2030 Actualizado del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, aprobado por Resolución de Jefatura N° 000006-2025-IRTP-JE; y, el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones aprobado por Resolución de Jefatura N° 000002-2025-IRTP-JE.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- Aprobar el Plan N° 001-2025-IRTP-OCII Plan de Comunicación Estratégico del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú 2025 que, como Anexo, forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2.- Encargar a la Oficina de Planeamiento y Presupuesto la notificación de la presente resolución a todas las Unidades de Organización del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP.



PERÚ

Ministerio de Cultura

Instituto Nacional
de Radio y Televisión
del Perú

Jefatura

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

ARTÍCULO 3.- Encargar a la Oficina de Tecnologías de la Información y Comunicaciones la publicación de la presente resolución en la sede digital del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP (www.gob.pe/irtp).

Regístrese y comuníquese

Firmado por
NINOSKA ROSARIO CHANDIA ROQUE
JEFA INSTITUCIONAL
Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N° 27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su Reglamento y modificatorias. La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: <https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml>

Av. José Gálvez 1040, Urb. Santa Beatriz, Lima
Central telefónica: (511) 619-0707
www.gob.pe/irtp
Certificados con ISO 37001:2016



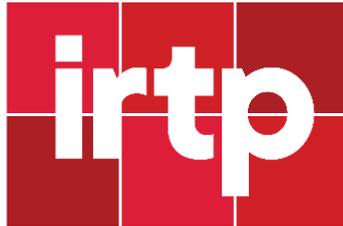
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por el IRTP, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://sgd.irtp.gob.pe:8181/verifica/inicio.do> e ingresando la clave: **PFEWFXN**



PERÚ

Ministerio de Cultura

Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú



Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú

PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICO DEL INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ 2025

PLAN N°001-2025-IRTP-OCII

Oficina de Comunicación e Imagen Institucional

Formulación	Revisión	Aprobación
Oficina de Comunicación e Imagen Institucional	Oficina de Planeamiento y Presupuesto	Jefatura del IRTP
	Oficina de Asesoría Jurídica	



Firmado digitalmente por CASTRO
GAO Carlos Alfredo FAU
20338915471 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04.06.2025 12:56:24 -05:00



Firma Digital

Firmado digitalmente por SALAZAR
ESCALANTE Carlos Alberto FAU
20338915471 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04.06.2025 12:50:58 -05:00

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ



Firma Digital

Firmado digitalmente por ESPINOZA
MENACHO Cyntia Lucia FAU
20338915471 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04.06.2025 13:30:28 -05:00

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ



Firma Digital

Firmado digitalmente por CADILLO
RIVERA Yessenia Karen FAU
20338915471 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04.06.2025 14:25:09 -05:00

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. ALCANCE	2
3. BASE LEGAL	2
4. ACRÓNIMOS	2
5. DIAGNÓSTICO	3
6. OBJETIVO GENERAL	7
6.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
7. PÚBLICOS	8
8. MENSAJES	12
9. MARCO ESTRATÉGICO	17
9.1. LÍNEAS DE ACCIÓN	18
10. PLAN OPERATIVO	21
10.1. Matriz de intervención de la primera línea de acción IDENTIDAD E IDENTIFICACIÓN	23
10.2. Matriz de intervención de la segunda línea de acción VISIBILIZACIÓN SOCIAL	26
10.3. Evaluación y adaptación CONTINUA	32
11. CRONOGRAMA	34
12. PRESUPUESTO	37



1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú - IRTP es un Organismo Público Ejecutor adscrito al Ministerio de Cultura, con personería jurídica de derecho público interno y goza de autonomía administrativa, económica y financiera, representa el compromiso del Estado peruano con la promoción de la cultura, los valores éticos, el esparcimiento, la libertad de información, expresión y participación social. Desde sus plataformas de comunicación: TVPerú, TVPerú Noticias, TVPerú Internacional, Canal IPe y Radio Nacional, el IRTP tiene como función principal crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural.

Además, propone espacios de participación para la sociedad, y fomenta un diálogo abierto y respetuoso que contribuye al fortalecimiento de la democracia y promueve una cultura de paz.

La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII) del IRTP juega un papel esencial en este propósito, siendo la responsable de las acciones de comunicación, como la difusión de información institucional, el protocolo, las relaciones públicas, y la promoción de la imagen institucional. En línea con el Plan Estratégico Institucional 2025-2030 Actualizado, el presente Plan de Comunicación Estratégico 2025, en adelante el Plan, tiene como propósito fortalecer y posicionar la imagen del IRTP, se centra en mejorar la integración y unidad entre las distintas señales, ofreciendo a las audiencias y a la ciudadanía una representación más cohesiva, completa y moderna de la institución.

Un aspecto clave en la institucionalización del IRTP es el fortalecimiento del sentido de identidad del personal hacia la institución, que va de la mano con los valores y principios que el IRTP representa. Este aspecto no solo potencia la cohesión interna sino también la calidad y el impacto de los contenidos producidos. Además, de ser un primer paso que contribuye con algo ambicioso como institución: un posicionamiento más cohesivo y claro del IRTP que abarque todas sus plataformas, reflejando su identidad institucional de manera unificada.

En este contexto, el concepto de unión se transforma en un pilar fundamental del IRTP, reflejando un valor intrínseco y un principio arraigado en su esencia. El lema "NOS UNE" no solo simboliza el compromiso del IRTP con el fortalecimiento de la cohesión interna, sino que también representa su aspiración de promover una



sociedad peruana más unida y cohesiva. Este lema encapsula la visión del IRTP de ser un vehículo para hacer visible la diversidad cultural del Perú, buscando siempre enriquecer y unir al país a través de sus múltiples voces. Este concepto es clave para reafirmar el lugar del IRTP en el escenario mediático nacional, como un agente activo en la promoción, difusión y posicionamiento de la unidad en la diversidad, resonando con cada historia y cada corazón a lo largo del Perú.

2. ALCANCE

El contenido del Plan involucra a los órganos y unidades orgánicas del IRTP, según las actividades establecidas en el plan operativo y periodos consignados en el cronograma.

3. BASE LEGAL

- 3.1.** Decreto Legislativo N° 829 que crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP.
- 3.2.** Decreto Supremo N° 001-2025-MC que aprueba la Sección Primera del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú.
- 3.3.** Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 000006-2025-IRTP-PE que aprueba la Sección Segunda del Reglamento de Organización y Funciones del IRTP.
- 3.4.** Resolución de Jefatura N° 000002-2025-IRTP-JE, que aprueba el Texto Integrado del Reglamento del Organización y Funciones del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú-IRTP
- 3.5.** Resolución de Jefatura N° 000006-2025-IRTP-JE que aprueba el Plan Estratégico Institucional - PEI 2025-2030. Actualizado.
- 3.6.** Resolución de Gerencia General N° 000020-2025-IRTP-GG que aprueba la Directiva para la formulación, aprobación y evaluación de documentos de gestión interna del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú: DIR N° 001-2025-IRTP-OPP.

4. ACRÓNIMOS

IRTP: Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú

OCII: Oficina de Comunicación e Imagen Institucional

DMDP: Dirección de Medios Digitales y Promociones

DTV: Dirección de Televisión

DC: Dirección de Comercialización

DP: Dirección de Prensa

OGTH: Oficina de Gestión del Talento Humano

OTIC: Oficina de Tecnologías de la Información y Comunicaciones



UACGD: Unidad de Atención al Ciudadano y Gestión Documental

OA: Oficina de Administración

DR: Dirección de Radio

DT: Dirección Técnica

DO: Dirección de Operaciones

5. DIAGNÓSTICO

El Plan tiene como punto de partida un diagnóstico comunicacional realizado a mediados del año 2024, que recopila opiniones, percepciones, demandas y propuestas de distintos actores internos, permitiendo introducir ajustes y recomendaciones específicas para potenciar nuestra ruta de institucionalización y posicionamiento del IRTP, teniendo presente siempre la larga trayectoria del IRTP y su papel fundamental en la sociedad peruana.

Se realizaron seis entrevistas semiestructuradas¹, individuales y grupales, a 10 personas que, en junio del 2024, formaban parte de los órganos de línea y de apoyo de esta institución. Se establecieron seis variables relacionados al IRTP y seis variables relacionados a las funciones que realiza la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional.²

El resultado de este diagnóstico permitió identificar algunos aspectos de la comunicación **interna y externa** de la institución. A continuación, los principales hallazgos:

Variables relacionadas con el IRTP	
Nivel de conocimiento	<p>Se observa un conocimiento detallado sobre la misión del IRTP, pero con un enfoque significativamente mayor en TVPerú como la cara más visible del IRTP. La falta de conocimiento de todas las señales sugiere una oportunidad para mejorar la comunicación interna sobre la diversidad de medios a cargo del IRTP.</p> <p>Se menciona una comprensión clara del papel educativo y cultural del IRTP, indicando que la percepción del IRTP, va más allá de ser simplemente un medio de comunicación. Existe un</p>

¹ Matriz de entrevistas por variable:
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wIqt2d0aZrrYkxTsdwcsj26WdpZJhay/edit?usp=sharing&ouid=101856488420183260834&rtpof=true&sd=true>

² Diagnóstico comunicacional, metodología y hallazgos.
<https://docs.google.com/presentation/d/12AU0ZVGJXPWx7uQmlIWGAhir9VlbPvEw/edit?usp=sharing&ouid=101856488420183260834&rtpof=true&sd=true>

	<p>reconocimiento del potencial del IRTP para impactar positivamente en la sociedad, pero se identifica una falta de estrategias de comunicación que proyecten efectivamente esta visión a una audiencia más amplia.</p>
Nivel de valoración	<p>Se valora altamente el compromiso del IRTP con la interculturalidad y la educación, aunque se critica la falta de una campaña de lanzamiento fuerte.</p> <p>Se valora el rol del IRTP en promover la credibilidad y la inclusión de la diversidad cultural, subrayando su importancia en la sociedad peruana.</p> <p>Hay un reconocimiento de los esfuerzos de la OCII por alinear visualmente la marca y sus sub-marcas, aunque se percibe la necesidad de ampliar el impacto y la visibilidad de estos esfuerzos.</p>
Nivel de identificación	<p>Hay un fuerte sentido de orgullo e identificación con los valores y la misión del IRTP, pero se señala la necesidad de una marca más clara y unificada que refuerce este sentido de identidad.</p> <p>Se observa una preocupación por la confusión entre la marca IRTP y TVPerú, indicando una dilución de la identidad institucional que podría afectar la percepción pública y la cohesión interna.</p>
Imagen	<p>Se critica la falta de una estrategia de posicionamiento efectiva que acompañe la actualización visual del IRTP; esa falta genera una percepción fragmentada de la marca.</p> <p>Se reconoce una mejora en la uniformidad visual, pero se demanda más esfuerzo en la difusión de mensajes que hagan visible esa unión y la nueva identidad del IRTP.</p>
Lineamientos y organización	<p>Existe un consenso sobre la necesidad de mejorar la colaboración y la comunicación entre las diversas unidades de organización del IRTP. Mientras algunas personas destacan esfuerzos por mantener una programación plural y alineada con los objetivos de la institución, otros subrayan las tensiones internas y la falta de una estructura clara que respalde una difusión coherente de contenidos.</p>

Percepción de la OCII	<p>Se percibe el rol de la OCII como esencial, pero con un impacto actual insuficiente para satisfacer las necesidades comerciales y de promoción del IRTP.</p> <p>Hay una valoración mixta de la OCII, reconociendo tanto los esfuerzos de alineación de la marca como la necesidad de una estrategia de comunicación más integral y cohesiva.</p>
Fortalezas	<p>La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCII) del IRTP, a pesar de enfrentarse a varios retos, posee fortalezas notables que pueden servir como base para futuras mejoras y estrategias.</p> <p><u>El compromiso</u></p> <p>Desde múltiples unidades de organización se reconoce la dedicación y el talento del equipo de la OCII. La capacidad y compromiso del personal son vistos como elementos cruciales que contribuyen positivamente a los esfuerzos de comunicación de la institución.</p> <p><u>El esfuerzo</u></p> <p>Se destaca el esfuerzo por mejorar la presentación visual y la coherencia de la marca del IRTP. Estas acciones han sido fundamentales para establecer una identidad visual más uniforme que contribuya al reconocimiento y posicionamiento del IRTP.</p> <p><u>La apertura</u></p> <p>La disposición a colaborar y la apertura para adoptar nuevas ideas y estrategias son vistas como fortalezas importantes de la OCII.</p>
Debilidades	<p><u>La desconexión con tendencias digitales</u></p> <p>Se señala una desconexión notable de la OCII con las tendencias actuales de comunicación digital y las estrategias de promoción dinámica. Esta debilidad limita la visibilidad de los programas y servicios del IRTP, reduciendo su capacidad para atraer y retener audiencias.</p>

El diagnóstico revela una **dualidad en la percepción** del IRTP y la OCII, evidenciando tanto áreas de fortaleza como aspectos críticos que requieren atención. Mientras que el IRTP es valorado por su compromiso con la educación, la cultura y la interculturalidad, persisten desafíos significativos en términos de identificación, imagen, y organización

interna. Respecto a la OCII, se destaca su papel esencial en la comunicación institucional, pero se critica la eficacia de sus estrategias y su capacidad de respuesta ante las necesidades contemporáneas de promoción y comunicación.

Aquí algunas conclusiones y recomendaciones:

- 5.1. Fortalecimiento de una identidad unificada:** Es necesario seguir desarrollando una identidad clara y cohesiva para el IRTP, que distinga sus diversas plataformas y servicios. Ya se cuenta con un **Manual de Identidad Visual**, es importante darle mayor presencia y definir acciones que contribuyan con una presentación visual uniforme que refuerce la unidad y el posicionamiento del IRTP.
- 5.2. Fortalecimiento de la estrategia digital:** Se debe seguir reforzando la percepción de unidad visual entre todas las plataformas existentes del IRTP; pero, adicional, la OCII debe articular con la DMDP para que se pueda priorizar la actualización y optimización de su estrategia digital, adoptando nuevas tecnologías y plataformas para mejorar la visibilidad y el alcance del IRTP, respondiendo eficazmente a las demandas de una audiencia moderna y diversificada.
- 5.3. Promoción de la proactividad y la innovación:** La OCII debe fomentar una cultura de innovación y proactividad, explorando constantemente nuevas ideas y métodos que sumen a la comunicación institucional; además de promover mayor interacción con la audiencia y visibilizar la oferta mediática de las diversas plataformas del IRTP.
- 5.4. Pronta respuesta a las necesidades de comunicación:** La capacidad de la OCII para responder de manera rápida y efectiva a las necesidades de comunicación internas y externas es fundamental.
- 5.5. Estrategia de comunicación basada en datos:** Adoptar un enfoque estratégico y basado en datos para la planificación de comunicaciones, utilizando análisis de audiencia para guiar las decisiones y optimizar el impacto de las campañas. Aquí es necesario realizar estudios de consumo, a nivel nacional, para recoger percepciones, conocimientos y valoraciones sobre la multiplataforma del IRTP.
- 5.6. Desarrollo de alianzas estratégicas:** Es vital que la OCII busque y desarrolle alianzas estratégicas con otras organizaciones y medios de comunicación para ampliar el alcance y la influencia del IRTP. Esto implica también a la Academia³ y

³ Sociedad científica, literaria o artística establecida con autoridad pública. (Diccionario de la lengua española <https://dle.rae.es/academia>)

las instituciones educativas, para así reforzar su relevancia como difusor de contenidos significativos para la sociedad.

5.7. Mejora de la comunicación interna: Aunque esta función corresponde a otro Órgano del IRTP, es fundamental que la OCII contribuya a fortalecer los canales de comunicación interna. Esto garantizará que todas las unidades de organización del IRTP estén alineadas y comprometidas con los objetivos comunes, promoviendo un ambiente trabajo colaborativo y eficiente. Este esfuerzo se llevará a cabo en estrecha colaboración con la Oficina de Gestión del Talento Humano.

5.8. Compromiso con la interculturalidad y la diversidad: Mantener y profundizar el compromiso del IRTP con la interculturalidad y la diversidad en todos sus contenidos y comunicaciones, reflejando de manera auténtica y respetuosa la riqueza cultural del Perú, es esencial para su misión y relevancia social.

Sobre de el Plan de Comunicación del 2024

5.9. Evaluación del Plan de Comunicación de IRTP 2024: El Plan de Comunicación del IRTP fue aprobado el 1 de octubre del 2024 lo que dejó un margen de 3 meses de ejecución, cumpliendo las actividades programadas para el último trimestre del año. Sin embargo, la evaluación de los objetivos estratégicos requiere mayor tiempo de ejecución, motivo por el que se propone la continuidad de las líneas estratégicas para el 2025.

6. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y **posicionar** una identidad cohesiva para el IRTP, que unifique sus múltiples plataformas bajo una marca distintiva, logrando una sólida identificación y posicionamiento tanto internamente entre colaboradores y unidades de organización, como externamente con aliados, ciudadanía y tomadores de decisión. Este esfuerzo conjunto tiene como fin establecer una marca que sea sinónimo de diversidad, calidad y compromiso con el desarrollo cultural y educativo del país.

6.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer la identificación institucional del personal con el IRTP mediante programas de formación que enfatizan la comprensión de los objetivos institucionales y la internalización de los valores del IRTP, fomentando un **sentido de pertenencia** y compromiso.

- Contribuir con el **reconocimiento del IRTP** como una institución líder en promover la educación, la cultura y el interés social, especialmente entre instituciones académicas, educativas y la sociedad civil, reforzando su papel como un espacio de difusión y diálogo.
- Posicionar y fortalecer la marca IRTP como la plataforma **que conecta con todos los peruanos**, generando más recursos desde diferentes puntos del país y partiendo de sus realidades. Esto se logrará mediante la realización de coberturas especiales y la creación de contenidos que reflejen la diversidad de intereses y realidades del país.
- Realizar un **seguimiento continuo** y ajustes proactivos al Plan de Comunicación, basándose en variables medibles y comparables como la audiencia, el alcance en redes sociales, la interacción del público, el número de menciones en medios, y el nivel de participación en eventos. Esto implica evaluaciones periódicas y *feedback* de las audiencias, para asegurar la efectividad y relevancia de las estrategias implementadas.
- Establecer un **sistema de soporte y acompañamiento** que permita identificar activamente las necesidades y demandas de las unidades de organización como la Dirección de Comercialización, la Dirección de Prensa, la Dirección de Radio, la Dirección de Televisión, la Dirección de Medios Digitales y Promociones, entre otras, definiendo propuestas y rutas para potenciar el impacto de forma innovadora y coherente.

7. PÚBLICOS

El IRTP aborda un crisol de públicos objetivos, tanto internos como externos. Para facilitar la implementación de este Plan de Comunicación, se propone clasificar en **tres categorías o grupos**. Esta clasificación es inicial y susceptible de ajustes conforme avanzamos, pero servirá como base para la elaboración de estrategias, la definición de mensajes clave y la selección de formatos más adecuados.

Nuestro objetivo es lograr un impacto significativo y medible en estos grupos, adaptándonos a sus necesidades y expectativas específicas.

P1. PÚBLICO INTERNO *(familia IRTP)*

*El público interno del IRTP se identifica profundamente con la historia de la institución, sintiendo una conexión especial con el canal (Canal 7) y, en el caso de quienes trabajan en radio, con sus respectivas estaciones, incluyendo La Crónica. Sin embargo, hay **cierta confusión** respecto a su **identidad institucional**: no están seguros de si representan un canal, una empresa o un instituto. Lo que tienen absolutamente claro es su deseo de no ser percibidos como una extensión del gobierno en turno, sino más bien como la voz, o las voces, de Perú. Aunque están al tanto de los principios, valores y misión de la institución, es **necesario fortalecer este sentido de identidad** y definir claramente lo que representan, motivando a todos a unirse hacia un propósito común.*

Jefatura institucional	Jefa institucional y asesores
Gerencia General y Oficinas	Comprende a responsable de la Gerencia General y a los Órganos de Asesoramiento y Apoyo que le reportan.
Direcciones	Dirección de Televisión, Dirección de Prensa, Dirección de Radio, Dirección Técnica, Dirección de Operaciones, Dirección de Comercialización y Dirección de Medios Digitales y Promociones.
Direcciones zonales	Comprende a los directores de la Direcciones Zonales y el personal a su cargo.
Trabajadores del IRTP	Comprende al personal profesional y técnico que desarrolla su labor en las diferentes unidades de organización de la institución.

P2. ALIADOS *(potenciales copilotos)*

*Los aliados del IRTP (ministerios, cooperación, instituciones, empresas, etc.) se acercan frecuentemente para difundir sus propias campañas e iniciativas. Sin embargo, esta colaboración tiende a ser **unidireccional**, ya que estos aliados difícilmente apoyan la visibilidad y el reconocimiento del IRTP.*

*Los aliados utilizan al IRTP para transmitir sus mensajes, pero no brindan suficiente apoyo para potenciar la marca y presencia del IRTP. Es esencial desarrollar colaboraciones más equilibradas, donde los aliados no solo aprovechen las plataformas del IRTP, sino que también ayuden a promover su imagen e iniciativas, creando así una relación **de beneficio recíproco** y sostenibilidad.*

Aliados estratégicos	Comprende al Poder Ejecutivo (PCM, Ministerios), los gobiernos regionales y locales, así como la cooperación internacional.
Academia	Comprende a las facultades y escuelas de comunicación o periodismo de las universidades, así como a los institutos de comunicación del país.
Stakeholders	Comprende a las personas, grupos e instituciones con las que se relaciona el IRTP en su labor de informar y difundir contenidos cívicos, culturales, educativos y de sano entretenimiento (artistas, especialistas, académicos, autoridades...).
Medios de comunicación	Comprende a los medios de comunicación (radio, prensa, televisión, redes sociales) de alcance nacional, regional y local.



P3. PÚBLICO EXTERNO *(Audiencia actual y futura)*

*Las entrevistas con el personal del IRTP revelan que el público objetivo se identifica principalmente con TVPerú, mientras que las demás plataformas como Radio Nacional, TVPerú Noticias y Canal Ipe, permanecen en gran medida desconocidas. Este desconocimiento se amplifica en el caso del IRTP, **cuya identidad y función son aún más difusas para el público**. Para abordar esta brecha, es imprescindible realizar estudios que nos brinden un entendimiento profundo sobre lo que los usuarios actuales y potenciales conocen y valoran del IRTP, permitiendo así desarrollar estrategias enfocadas en aumentar el reconocimiento, el conocimiento de sus ofertas, su impacto, y, consecuentemente, la valoración hacia el IRTP.*

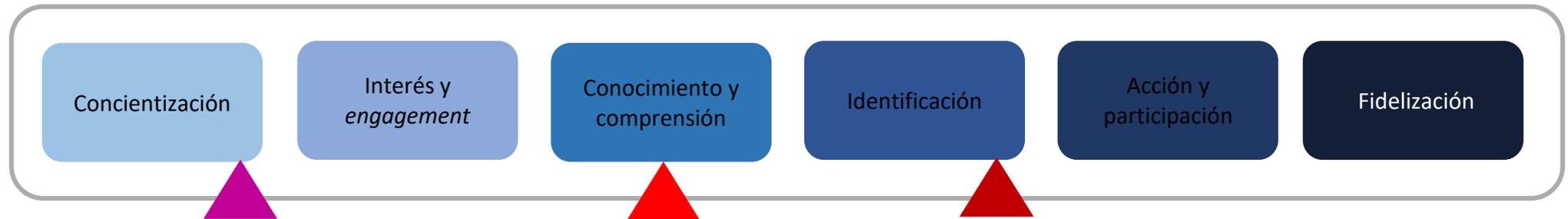
Población usuaria de los canales del IRTP

Comprende a las audiencias de IRTP a través de sus canales de radio, televisión, portal Web y otras redes sociales.

Población usuaria de otros canales y plataformas de comunicación

Comprende el público potencial, de diversas edades y regiones del país que consume diversos medios de comunicación y que aún no consumen las plataformas del IRTP.

Para establecer acciones de comunicación más efectivas que contribuyan al posicionamiento deseado, es crucial comprender a fondo nuestros públicos. Esto implica conocer sus niveles de consumo, percepción, conocimiento y apreciación del IRTP y sus diversas plataformas. Aunque es necesario realizar estudios específicos para profundizar en estas áreas, ya se ha hecho un esfuerzo significativo al aprovechar los datos recopilados de entrevistas, lo que nos permite identificar en qué nivel de comunicación se encuentran estos tres segmentos importantes de públicos objetivos:



El **PÚBLICO INTERNO** ya tiene una conexión emocional con la institución y conoce sus principios y valores. El enfoque debe estar en clarificar **la identidad institucional** y motivar a este grupo hacia un propósito unificado, fomentando su participación activa y su papel como embajadores de la marca IRTP.



Los **ALIADOS** están colaborando con el IRTP, pero principalmente en beneficio propio. La estrategia debe educarlos sobre el valor y el impacto amplio del IRTP, moviéndolos hacia una **relación más recíproca y equilibrada**. A partir de ahí, se puede trabajar para convertirlos en defensores de la marca, que apoyen activamente la visibilidad y los objetivos del IRTP.



PÚBLICO EXTERNO: Este grupo actualmente tiene poco conocimiento o una percepción incompleta del IRTP y sus ofertas. El primer paso es aumentar la **conciencia sobre la existencia** del IRTP y sus distintas plataformas, seguido por el fomento del **interés** hacia el contenido y los valores que promueve la institución, para luego profundizar en su conocimiento y comprensión.

Es importante reconocer estos grupos de público objetivo, especialmente considerando el nivel de comunicación en el que se sitúan; **conocerlos** permitirá definir y precisar las estrategias y acciones de difusión y promoción. Esto se hará ajustándose a su actual nivel de relación y percepción respecto al IRTP y sus distintas plataformas, con el objetivo de promover una integración más profunda, una mayor apreciación y acciones coherentes con los objetivos de la institución.

8. MENSAJES

Reconociendo la diversidad de los públicos - dividido en tres grupos: internos, aliados y externos - se presentan mensajes específicos para cada bloque, con el fin de resonar de manera efectiva con sus expectativas y nivel de conocimiento, identificación y/o valoración con el IRTP.

Los mensajes propuestos buscan contribuir con el fortalecimiento de la conexión con cada grupo de público objetivo, impulsando el reconocimiento / posicionamiento de la marca IRTP y alineando las acciones con los objetivos de la institución.

"NOS UNE" encapsula el espíritu y el concepto central del IRTP. Este lema no solo simboliza la misión de unir a través de la comunicación, sino que refleja el compromiso de servir como un puente que conecta diversas audiencias, historias, noticias, experiencias y voces dentro de Perú.

"IRTP NOS UNE" termina siendo el mensaje paraguas clave que abrazará cada mensaje por público objetivo para lograr ese sentido de comunidad y pertenencia, reafirmando el papel del IRTP como un espacio inclusivo y representativo de todos los peruanos.

P1. PÚBLICO INTERNO *(familia IRTP) – trabajo coordinado y de apoyo a la Oficina de Gestión del Talento Humano.*

IRTP NOS UNE

Queremos que el IRTP sea reconocido en toda su dimensión, evidenciando que la suma de todos nuestros esfuerzos supera la individualidad de nuestras plataformas. Juntos, creamos una sinergia que refleja la riqueza y diversidad de todo el país.

IRTP NOS UNE

Desde TVPerú, TVPerú Noticias, TVPerú Internacional, Canal IPe, Radio Nacional, nuestra unión hace la fuerza. Juntos formamos el IRTP, un entramado de voces diversas que se unen para contar la historia de nuestro Perú.

**LA CREDIBILIDAD NOS UNE**

Nuestra credibilidad es el pilar sobre el que se construye nuestra relación con la audiencia. En el IRTP, cada palabra y cada imagen son testamentos de nuestra integridad y responsabilidad. Unidos por la confianza que depositan en nosotros, la credibilidad es nuestra promesa eterna a Perú. Buscamos la verdad.

LA INTERCULTURALIDAD NOS UNE

El IRTP es un crisol donde se funden las múltiples voces y colores de nuestro país. Celebramos la diversidad cultural, promoviendo el diálogo y el entendimiento entre las distintas comunidades. La interculturalidad enriquece nuestra programación y nuestra identidad, uniendo al Perú en toda su diversidad.

LA INNOVACIÓN NOS UNE

En IRTP, la innovación es la chispa que enciende nuestra creatividad y nos impulsa hacia adelante. Nos esforzamos por ser pioneros en tecnología, formato y contenido, buscando nuevas formas de conectar y comunicar. Unidos por el deseo de innovar, avanzamos juntos hacia el futuro de la comunicación.

EL RESPETO NOS UNE

El respeto es la base de nuestra convivencia en IRTP. Respetamos la diversidad de opiniones, culturas y tradiciones, tratando a cada historia con la dignidad que merece. Este respeto mutuo fortalece nuestro trabajo en equipo y nuestra relación con la audiencia, reflejando el compromiso con un Perú inclusivo y plural.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL NOS UNE

Comprometidos con el bienestar de nuestra sociedad, la responsabilidad guía cada una de nuestras decisiones y proyectos en IRTP. Desde educación hasta medio ambiente, trabajamos con la convicción de hacer la diferencia, contribuyendo activamente al desarrollo sostenible de nuestro país. En IRTP, unir fuerzas por el bien común nos define, nos une.

EL COMPROMISO NOS UNE

Nuestro compromiso en IRTP trasciende la pantalla y las ondas radiales. Estamos dedicados a servir al público con integridad, ofreciendo contenido que informa, educa y entretiene. Este compromiso con la excelencia y con Perú es el motor que nos impulsa cada día, uniendo a nuestra gran familia hacia un propósito común: mejores peruanos, siempre.

LA TRANSPARENCIA NOS UNE



En IRTP creemos en la importancia de comunicar con claridad y honestidad, garantizando la **confianza** y credibilidad de nuestra audiencia. Este valor nos une en un esfuerzo colectivo por mantener una comunicación abierta y ética.

P2. ALIADOS *(potenciales copilotos)*

UN MEJOR PERÚ NOS UNE

Nuestro equipo es el Perú; nuestro sueño, un Perú mejor. En IRTP, trabajamos hombro con hombro con nuestros aliados, compartiendo la visión de un futuro próspero para nuestra nación. Este compromiso compartido nos motiva a superar cada desafío, sabiendo que juntos podemos ese país que imaginamos.

LA CONFIANZA NOS UNE

En IRTP, construimos puentes de confianza con nuestros aliados, fundamentales para alcanzar nuestras metas comunes. Este vínculo sólido nos permite trabajar juntos hacia un Perú donde la información fiable y el diálogo constructivo prevalecen.

Hacer una BUENA COMUNICACIÓN NOS UNE

En IRTP, entendemos que una comunicación efectiva es la base para construir relaciones sólidas y duraderas. Nos une el compromiso de ofrecer contenido de calidad, fomentando un entorno en el que tanto aliados como audiencias se sientan valorados y escuchados.

Comunicar con CREDIBILIDAD NOS UNE

La credibilidad es nuestro sello distintivo en IRTP. Nos une la responsabilidad de transmitir **información veraz**, un fundamento clave para atraer y mantener la confianza de nuestros aliados y de la audiencia. Este compromiso compartido con la integridad nos posiciona como el aliado ideal para quienes valoran la autenticidad y la fiabilidad en la comunicación.

INNOVAR en la comunicación NOS UNE

El IRTP apuesta siempre por el camino de la innovación, buscando constantemente nuevas formas de capturar la atención y el corazón de su audiencia tan diversa. Esa pasión por explorar nuevas fronteras en el contenido, tecnología y estrategias de comunicación nos une, e invitamos a nuestros aliados a unirse a nosotros en esta travesía donde la innovación y la tecnología abren infinitas posibilidades.

Generar IMPACTO SOCIAL NOS UNE



En IRTP, creemos en el poder de la comunicación para generar cambios positivos en la sociedad. Nos une el deseo de trabajar con aliados que comparten nuestra visión de un **Perú mejor**, donde cada mensaje y cada historia contribuyen al desarrollo, la educación y el bienestar de nuestra sociedad.

Estos mensajes están diseñados para resonar con los valores y metas compartidos entre el IRTP y sus aliados, enfatizando la importancia de la colaboración y el compromiso conjunto hacia un futuro mejor para el Perú.

Podemos diversificar el mensaje y articularlo con los sectores aliados, para posicionar el mensaje del IRTP:

- ✓ La cultura nos une
- ✓ La salud nos une
- ✓ La educación nos une
- ✓ La seguridad nos une
- ✓ La igualdad de oportunidades nos une

P3. PÚBLICO EXTERNO *(Audiencia actual y futura)*

En el **IRTP**, nuestro compromiso va más allá de solo informar y entretener; buscamos crear puentes de conexión a través de una programación diversa y enriquecedora.

Para todos aquellos que buscan algo más en su contenido diario, algo que resuene con sus pasiones, curiosidades y anhelos, aquí presentamos la riqueza de nuestras plataformas, desde TV Perú, TV Perú Noticias, Radio Nacional y Canal Ipe.

En IRTP creemos que lo que **nos une** es más poderoso que lo que nos separa.

Estar informados NOS UNE

En el IRTP, creemos en el poder de la información para unir a las personas. Con TV Perú Noticias, te ofrecemos cobertura confiable y objetiva, clave para una sociedad informada. La actualidad, las historias que importan, y las noticias que nos afectan, todo en un solo lugar, porque estar informados nos une.

El entretenimiento NOS UNE

Desde las historias cautivadoras de Canal IPe hasta los programas más sabrosos y musicales de TV Perú, el entretenimiento que ofrecemos busca tocar cada corazón y provocar sonrisas.

La educación NOS UNE



Exploramos y aprendemos juntos con programas educativos en Canal Ipe y segmentos especiales en Radio Nacional, que iluminan mentes y alimentan la curiosidad. Desde ciencia hasta historia, nuestros contenidos educativos son puentes hacia el conocimiento, porque crecer en entendimiento nos une.

La historia NOS UNE

Revive la historia de nuestro país a través de documentales, reportajes y programas históricos en TV Perú. Cada episodio es un viaje en el tiempo que nos ayuda a comprender nuestro pasado y a valorar nuestro legado cultural. En el IRTP, creemos que conocer nuestra historia nos une.

El arte y la cultura NOS UNE

Celebramos la expresión artística y cultural de Perú con programas que destacan desde la artesanía hasta las bellas artes, pasando por la literatura y el teatro. En el IRTP, creemos que el arte y la cultura tienen el poder de inspirarnos y conectarnos, demostrando que, en la diversidad de expresiones, el arte y la cultura nos une.

El sabor NOS UNE

La gastronomía es una de las expresiones más ricas de nuestra cultura. Programas dedicados a la culinaria en Radio Nacional y TV Perú nos llevan en un viaje a través de los sabores que definen a Perú, desde la costa hasta la selva. Descubre recetas, secretos culinarios y la historia detrás de nuestros platos icónicos, porque el sabor de Perú nos une.

La música NOS UNE

La música es el lenguaje universal que nos conecta, y en el IRTP celebramos esta conexión. Desde los ritmos tradicionales hasta las tendencias actuales, nuestros programas musicales son un reflejo de la diversidad sonora de nuestro país. Vive la música que mueve a Perú, porque en cada nota y cada melodía, la música nos une.

El deporte NOS UNE

La pasión por el deporte trasciende fronteras, y en el IRTP, llevamos esta pasión a tus pantallas. Con cobertura de eventos deportivos nacionales e internacionales, historias de atletas que inspiran y análisis que acercan el mundo del deporte a ti. Celebramos los triunfos y aprendemos de los retos, porque el deporte nos une en espíritu y emoción.

La naturaleza NOS UNE

Desde la majestuosidad de los Andes hasta la vastedad de la Amazonía, promovemos la conservación y el amor por nuestra tierra, porque la naturaleza nos une.

9. MARCO ESTRATÉGICO

El IRTP es una entidad emblemática del Estado dedicada a la producción y difusión de contenidos informativos, educativos, culturales, y de sano entretenimiento que enriquecen y contribuyen a la formación de los ciudadanos; manteniéndose firme en su propósito de informar a la ciudadanía de manera **responsable, veraz, plural y objetiva**. Este compromiso se extiende a la promoción de las expresiones multiétnicas y pluriculturales del Perú, reforzando la integración identitaria y elevando la imagen del país a nivel nacional e internacional.

Los **principios** y **valores** del Instituto de radio y Televisión del Perú son: transparencia, eficiencia, innovación, trabajo en equipo y ética⁴:

- **Transparencia:** Las acciones de la entidad se basan en la verdad y el cumplimiento de normas que faciliten el acceso a la información.
- **Eficiencia:** La entidad optimiza el uso de sus recursos para mejorar los servicios que brinda.
- **Innovación:** La entidad está comprometida con la generación de nuevos contenidos audiovisuales y la implementación de nuevas tecnologías de difusión.
- **Trabajo en equipo:** La entidad está involucrada en mejorar el rendimiento entre sus servidores, en un ambiente de cooperación para el logro de los objetivos institucionales.
- **Ética:** El IRTP actúa con honestidad, justicia, respeto, pluralidad y equidad en el cumplimiento de sus funciones y al servicio de la población.

Estos principios y valores están para guiar todas las actividades y decisiones dentro de la institución. Estos valores no solo definen el carácter y la misión del IRTP, sino que también establecen un marco ético para su actuar, tanto al interior de la institución como en su compromiso con la generación de contenidos de comunicación hacia el público externo.

Además, estos principios y valores permiten definir enfoques de comunicación que deben estar presentes en el accionar de toda la familia del IRTP, en su labor comunicativa, reflejando las mejores prácticas y experiencias de medios de comunicación globales, así como respondiendo a las necesidades y diversidad del contexto peruano:

⁴ Código de Ética y Conducta del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú. Resolución de Presidencia Ejecutiva N.º D000064-2023-IRTP-PE.

Enfoque de derecho	El IRTP promueve el derecho a la información, garantizando que todos los peruanos tengan acceso a contenidos de calidad que informen, eduquen y entretengan, respetando la libertad de expresión y fomentando la participación ciudadana en los procesos democráticos. Este enfoque se sustenta en la transparencia y ética, asegurando que la información difundida sea veraz y que las acciones de la entidad se rijan por normas que faciliten el acceso a la información pública.
Enfoque de Intercultural y Territorial	Reflejando su compromiso con la diversidad cultural del Perú, el IRTP adopta un enfoque intercultural y territorial en sus comunicaciones. Este enfoque busca representar y valorar las diferentes expresiones culturales, idiomas y tradiciones de todas las regiones del país, promoviendo la inclusión y el respeto mutuo. Así, el IRTP contribuye a la integración nacional y al fortalecimiento de la identidad colectiva.
Enfoque de Innovación y adaptación a nuevas tecnologías	Consciente de la evolución constante del panorama mediático, el IRTP se enfoca en la innovación y la implementación de nuevas tecnologías de difusión. Este compromiso con la innovación permite a la entidad ofrecer contenidos audiovisuales frescos y atractivos, adaptándose a las preferencias cambiantes de las audiencias y explorando nuevas formas de interacción y participación digital.
Enfoque Colaborativo	Este enfoque subraya la importancia de la colaboración y la sinergia entre todos los miembros para desarrollar y ejecutar estrategias comunicativas efectivas. Reconociendo la diversidad de habilidades y perspectivas, este enfoque promueve un ambiente inclusivo y creativo, esencial para adaptarse a los cambios del entorno mediático y responder a las necesidades de las audiencias. A través de esta cooperación, el IRTP se posiciona como un medio líder, uniendo y celebrando la rica diversidad cultural del Perú bajo el lema "NOS UNE".

9.1. LÍNEAS DE ACCIÓN

Para impulsar el posicionamiento de la imagen del IRTP y alinear sus esfuerzos comunicativos con los valores y principios que forman parte de su ADN, a través del Plan de Comunicación del IRTP 2024, se establecieron tres líneas de acción que se llegaron a implementar el último trimestre del año. Con el fin de

consolidar los avances y resultados de estas tres líneas de acción se propone darles continuidad durante el periodo 2025.



Para darle sostenibilidad a estas tres líneas de acción, se propone una línea de acción transversal:



9.1.1. Identidad IRTP MÁS PRESENTE

Ya existe un manual de identidad, Manual de identidad gráfica institucional del IRTP N.º 001-OCII/IRTP V.2, por tanto, es importante seguir haciendo uso del documento no solo en el campo digital, sino también en otros espacios, como la misma institución; el IRTP es una pizarra en blanco que puede ser intervenida. Eso ayudará a unificar y consolidar la imagen del IRTP de forma integral. También, se sugiere que esta identidad, ya validada y aplicada, contribuya con reflejar la

diversidad cultural de Perú. Esta identidad visual debe permitir flexibilidad para adaptarse a las distintas expresiones y formatos.

9.1.2. Identificación institucional **MÁS FORTALECIDA**

La identificación con el IRTP, una fortaleza clave de la institución, debe ser enriquecida reafirmando sus valores institucionales y **promoviendo un mayor conocimiento de los esfuerzos, avances, contribuciones e historias de sus integrantes.**

Se necesita fomentar una identidad colectiva que respete y haga visible la diversidad y el compromiso de los integrantes de la familia IRTP. Esto contribuye a lograr que cada colaborador de IRTP **se sienta parte del IRTP.**

9.1.3. Visibilización social **MÁS ESTRATÉGICA**

Darse a conocer es clave para toda institución con proyección social, mucho más si es mediática. Para una intervención comunicacional con recursos limitados y un entorno complejo, la mejor estrategia de visibilización y para ampliar las audiencias, es hacerlo a partir de las relaciones ya establecidas con su público objetivo. En el caso del IRTP, son las **instituciones académicas, educativas, culturales, científicas y deportivas**, las que siempre han encontrado en el IRTP un espacio de expresión y difusión de sus actividades. Debido a ello, es este público el priorizado para avanzar en la propuesta de visibilización del IRTP. Es importante aprovechar las alianzas establecidas con sectores como el de Educación, Salud, etc., así como, con el mismo sector de Cultura (al que el IRTP pertenece) y con entidades públicas y privadas para amplificar las acciones de difusión y promoción.

9.1.4. Evaluación y adaptación **CONTINUA**

La incorporación de estudios de opinión y percepción, así como la evaluación y efectividad de las campañas implementadas desde el IRTP, es esencial para el constante mejoramiento de la ruta de posicionamiento del IRTP. Estos estudios permitirán una comprensión más profunda de las necesidades, expectativas y preferencias de las audiencias, orientando la programación, actividades y estrategias comunicacionales hacia contenidos más relevantes y atractivos para los distintos segmentos del público.

10. PLAN OPERATIVO

Las cuatro líneas de acción propuestas para el Plan de Comunicación Estratégico del IRTP se fundamenta en cuatro pilares cruciales, cada uno orientado en maximizar el impacto y la resonancia de las iniciativas comunicativas.

Estos pilares buscan contribuir con la eficiencia en el uso de los recursos mediáticos, celebrar y hacer visible (con impacto) la diversidad cultural y capturar oportunidades estratégicas de comunicación alineadas con los enfoques presentados en el capítulo anterior:

EFICIENCIA optimizada en los medios

Implementaremos una gestión estratégica de nuestros recursos mediáticos, optimizando el uso de nuestros canales de televisión y plataformas digitales para garantizar una amplia visibilidad de nuestros contenidos. Si bien aún nos falta profundizar en el conocimiento de nuestras audiencias, se sugiere iniciar el trabajo con mensajes serán diseñados para ser concisos, visualmente cautivadores y de fácil asimilación, favoreciendo los formatos que nuestra audiencia prefiere, tales como videos cortos y publicaciones interactivas en redes sociales.

Segmentación EFECTIVA

Elegiremos los medios más adecuados basándonos en un detallado análisis de nuestras audiencias, asegurándonos de conectar con aquellos canales que mejor resuenen con nuestros objetivos comunicacionales. La distribución de nuestros mensajes será cuidadosamente planificada para evitar la saturación, personalizando nuestra comunicación para incrementar su pertinencia y resonancia con audiencias específicas.



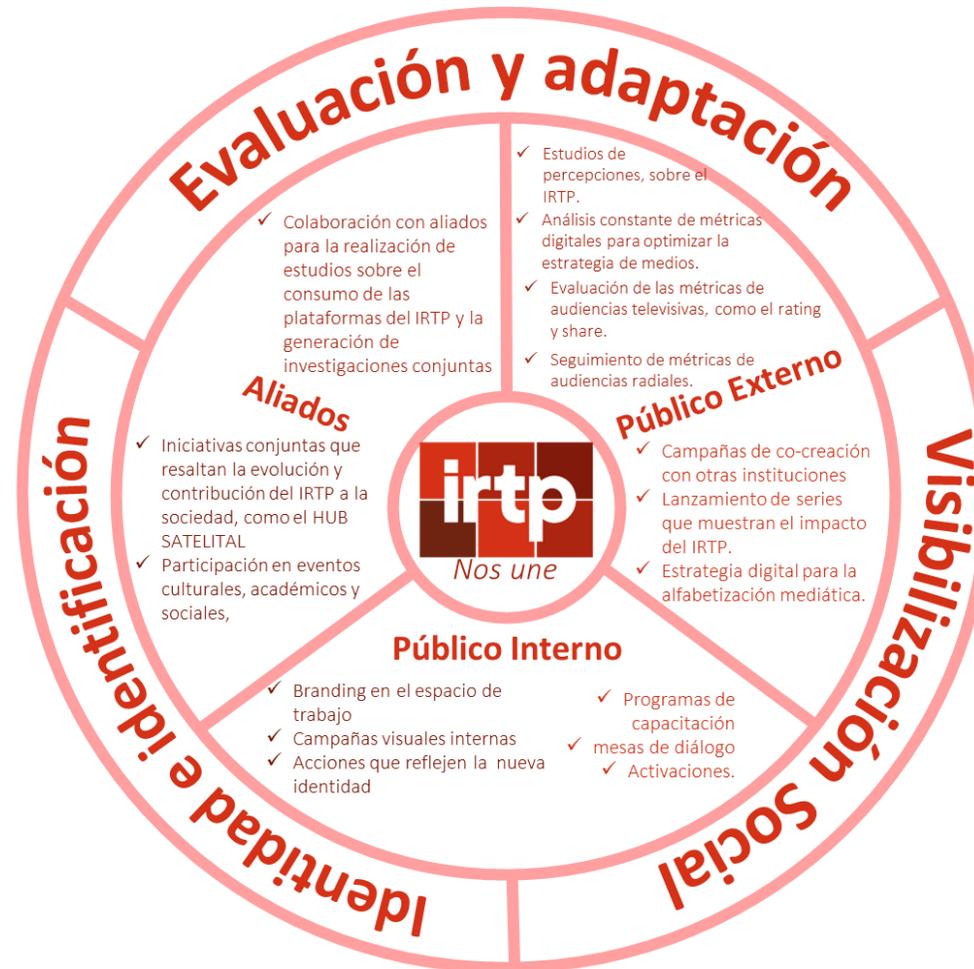
DIVERSIFICACIÓN de contenidos y canales

A través de un enfoque integrado que incluya tanto medios tradicionales como digitales, buscamos diversificar nuestros canales de comunicación. Esta estrategia nos permitirá alcanzar una cobertura efectiva y extensa. Enriqueceremos nuestros mensajes con una variedad de narrativas y formatos que celebren la diversidad cultural peruana, capturando el interés de las audiencias.

Capitalización de OPORTUNIDADES

Estar en constante búsqueda de eventos, tendencias y foros de discusión que resuenen con nuestros públicos, adaptándonos ágilmente para capitalizar oportunidades comunicativas tan pronto como surjan. Esto incluye nuestra activa participación en eventos culturales, académicos y sociales, donde podremos destacar la valiosa contribución del IRTP al enriquecimiento de la sociedad peruana.

En atención a las líneas de acción y los 4 pilares antes mencionada se tiene el siguiente esquema de intervención comunicacional:



El Plan de Comunicación Estratégico del IRTP trasciende la simple difusión de información, convirtiéndose en un mapa estratégico para la interacción y el compromiso con sus diversos públicos objetivos. Reconociendo la complejidad y el dinamismo de cada grupo —desde colaboradores internos y audiencias hasta aliados estratégicos—, este plan se fundamenta en acciones diseñadas no solo para informar, sino para movilizar, empoderar y fomentar la participación activa en la construcción de una sociedad más informada, **unida** y crítica.

Entendemos la comunicación como una **vía bidireccional** de diálogo y cambio, donde cada mensaje y cada interacción invita a la reflexión y al compromiso.

Para Sandra Massoni *“las estrategias de comunicación son dispositivos de inteligibilidad y a la vez de interpelación de lo real en dimensiones múltiples”*. Esta explicación nos reafirma el entender la comunicación como un espacio de encuentro de diferentes actores, y que implica definir acciones que también responda a esta diversidad.

A través de esa mirada, se aspira que la comunicación del IRTP no solo informe y sensibilice, sino que también empodere y movilice a su audiencia hacia acciones concretas que reflejen y refuercen los valores y objetivos del IRTP.

10.1. Matriz de intervención de la primera línea de acción | IDENTIDAD E IDENTIFICACIÓN

La OCII propone y lidera las siguientes acciones en estrecha articulación con los órganos competentes del IRTP.

Acción	10.1.1. Fortalecimiento de la identidad en medios digitales Comunicación externa
Órgano involucrado	La OCII en articulación con la DMDP
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar una serie de publicaciones y videos que ilustren cómo IRTP evoluciona continuamente para responder positivamente a las necesidades cambiantes de su audiencia. Esto incluye resaltar cómo los nuevos programas se incorporan en esta trayectoria de crecimiento, demostrando un enfoque proactivo en ofrecer contenidos que contribuyan al objetivo general del IRTP.

	<ul style="list-style-type: none">• Producir material que trace la historia del IRTP desde sus inicios hasta el presente. Esto abarcará la presentación de las primeras instalaciones y la evolución hacia el local actual, complementado con entrevistas a individuos clave que han sido testigos y participantes en este viaje. Estas historias personales servirán para humanizar el proceso de transformación.
Indicador	Incremento en el <i>engagement</i> y reconocimiento de la identidad visual en plataformas digitales
Meta	<p>Elevar el <i>engagement</i> en un 30% y aumentar el reconocimiento de la nueva identidad en un 25% dentro de 6 meses.</p> <p>Para alcanzar estos objetivos, se debe incrementar el número de seguidores en un 5% en los canales de redes sociales del IRTP donde se promoció el documental. Además, es crucial implementar estrategias para aumentar la notoriedad, como campañas de marketing digital, colaboraciones con influencers y eventos en vivo, que servirán como base para mejorar el <i>engagement</i>.</p>
Tono de comunicación	Informativo, noticioso ⁵

Acción	<p>10.1.2. Implementación de <i>branding</i></p> <p>Comunicación Interna</p> <p>El foco está en visibilizar de manera creativa y cohesiva todos los espacios físicos y digitales con el concepto de unión, garantizando que este tema esencial se refleje en cada aspecto de nuestra comunicación interna y externa.</p>
Órgano involucrado	La OCII con la OGTH
Actividad	Personalizar pantallas. Intervención en las pantallas de inicio de las computadoras de nuestros colaboradores, asegurando que cada día comience con un mensaje motivacional alineado con los valores y la misión del IRTP.

⁵ En el marco del Reglamento sobre propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral, aprobado por Resolución N.º 047-2024-JNE.

Indicador	Porcentaje de colaboradores que reportan aumento en la motivación y sentido de pertenencia.
Meta	Lograr que el 95% de los colaboradores sientan un aumento en su motivación y pertenencia en 6 meses.
Tono de comunicación	Inspirador, conmemorativo y unificador

Acción	10.1.3. <u>Tu Historia no Une</u> Series con contenido del día a día Comunicación externa e interna
Órgano involucrado	La OCII en articulación con la DMDP y OGTH ⁶
Actividad	Historias de personas que acompañaron momentos relevantes del país y sus historias personales, mostrando el día a día en el IRTP, destacando el trabajo, los desafíos y los logros de los colaboradores. Esta propuesta, similar a un detrás de cámaras del trabajo en el IRTP, incluirá al personal técnico, administrativo, talento y otros. Esta estrategia busca fomentar una conexión emocional más profunda tanto con nuestras audiencias externas como con el equipo interno, mostrándoles el impacto real y humano de nuestro trabajo. Estas historias se compartirán a través los canales de comunicación externa e interna.
Indicador	Visualizaciones y <i>engagement</i> en las series publicadas
Meta	Lograr un aumento del 20% en el <i>engagement</i> y las visualizaciones en comparación con contenidos previos
Tono de comunicación	Inspirador, auténtico.

Acción	10.1.4. <u>Campaña de valoración y promoción del archivo audiovisual y sonoro</u> Comunicación externa
Órgano involucrado	La UACGD, la DMDP y OTIC en coordinación con la OCII
Actividad	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de plan 360° que comprenda todos los medios y plataformas de comunicación.

⁶ Sujeto a reporte, en el marco del Reglamento sobre propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral, aprobado por Resolución N.º 047-2024-JNE.

	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión y selección de archivos audiovisual y sonoro del IRTP. • Curación y publicación del contenido de los documentos audiovisuales y sonoros. • Elaboración y diseño de Catálogo de documentos audiovisuales y sonoros. • Promoción de contenidos histórico.
Indicador	Plan operativo 360° aprobado y ejecutado.
Meta	80% de ejecución del plan operativo 360°
Tono de comunicación	Inspirador, auténtico.

Acción	<p align="center">10.1.5. Campaña “El IRTP cerca de la ciudadanía”.</p> <p>Comunicación externa</p>
Órgano Involucrado	La OCII en articulación con la OA y la DMDP
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de plan 360° que comprenda todos los medios y plataformas de comunicación. • Convocatoria “Se parte del IRTP por un día” • Difusión permanente de las visitas guiadas, el IRTP al servicio de la ciudadanía. • Alineamiento con la estrategia digital del IRTP.
Indicador	Plan operativo 360° aprobado y ejecutado
Meta	80% de ejecución del plan operativo 360°
Tono de comunicación	Inspirador, auténtico.

10.2. Matriz de intervención de la segunda línea de acción | VISIBILIZACIÓN SOCIAL

Acción	<p align="center">10.2.1. Alianzas estratégicas</p> <p>Comunicación externa</p>
Órgano Involucrado	La OCII
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas con instituciones académicas y culturales para generar colaboraciones y extender el alcance del IRTP.
Indicador	Número de alianzas implementadas

Meta	Formar 2 nuevas alianzas y producir al menos 6 piezas de contenido colaborativo durante el año.
Tono de comunicación	Colaborativo

Acción	10.2.2. Continuidad y actualización campañas del IRTP Comunicación Externa
Órgano Involucrado	La OCII
Descripción	Campaña Forjando Valores. Destaca la identidad y los principios que nos unen. Desde campañas centradas en valores hasta colaboraciones con aliados, cada esfuerzo estará dirigido a forjar una sociedad más unida y consciente.
Indicador	Plan operativo 360° que incluya todas las señales y plataformas. Alcance e impacto de las campañas.
Meta	Incrementar el <i>engagement</i> en un 20% y expandir el alcance de nuestras campañas en un 25% dentro de 12 meses
Tono de comunicación	Unificador, inspirador

Transmisiones especiales 2025

Acción	10.2.3. Transmisión especial: Inti Raymi 2025 Comunicación externa
Órgano involucrado	La OCII en articulación con la DTV
Actividad	Plan de difusión de transmisión especial Inti Raymi ⁷
Indicador	<ul style="list-style-type: none">- Número de interacciones en redes sociales- Cantidad de conectados a la transmisión en vivo- Cantidad de notas de prensa publicadas
Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- Transmisión en vivo: cruce de transmisión con 2 plataformas locales

⁷ Actividad sujeta a la suscripción de acuerdos con cargo directo al IRTP, responsabilidad de la Dirección de Televisión – DTV.

	- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Convocante

Acción	10.2.4. Cobertura especial: Fiestas Patrias 2025
Órgano involucrado	La OCII en articulación con la DP y la DR
Actividad	Plan de difusión por Fiestas Patrias 2025
Indicador	<ul style="list-style-type: none">- Número de interacción es en redes sociales- Cantidad de conectados a la transmisión en vivo- Cantidad de notas de prensa publicadas
Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Convocante

Acción	10.2.5. Cobertura especial: Rally Caminos del Inca 2025 Comunicación externa
Órgano involucrado	La OCII en articulación con la DP
Actividad	Plan de difusión de cobertura especial: Rally Caminos del inca 2025 ⁸
Indicador	<ul style="list-style-type: none">- Número de interacción es en redes sociales- Cantidad de conectados a la transmisión en vivo- Cantidad de notas de prensa publicadas
Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Convocante

⁸ Actividad sujeta a la suscripción de acuerdos con cargo directo al IRTP, responsabilidad de la Dirección de Prensa– DP.

Eventos institucionales 2025

Acción	10.2.6. Presentación de la programación IRTP 2026 Comunicación externa
Órgano involucrado	La OCII en articulación con la DC
Actividad	Protocolo y branding del evento de presentación de la programación 2026
Indicador	- Cantidad de asistentes - Cantidad de piezas de branding diseñadas
Meta	- 1 protocolo de atención a autoridades y al funcionario - 1 propuesta de línea gráfica
Tono de comunicación	Convocante

Presencia en eventos de alto impacto en la ciudadanía

Acción	10.2.7. Feria Internacional del libro de Lima 2025⁹ Comunicación externa
Órgano involucrado	La OCII en articulación con la UACGD, la DTV, la DP y la DR
Actividad	<ul style="list-style-type: none">• Propuesta de stand de exhibición con el material audiovisual y radiofónico de IRTP• Plan de difusión del stand del IRTP en la feria• Diseño y producción de material de recordación• Montaje y realización• Exposición histórica del IRTP: “Memoria de archivos audiovisuales y sonoros”, comprendida por material previamente saneado en cuanto a derechos de autor.• Cobertura desde los programas y espacios culturales de la DTV, la DP y la DR.
Indicador	- Cantidad de visitantes al stand del IRTP - Número de alcance e interacción en redes sociales - Cantidad de notas de prensa publicadas - Cantidad de spots de TV y Radio publicados

⁹ Actividad sujeta a la suscripción de acuerdos con cargo directo al IRTP, la OCII como órgano proponente.

Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Convocante

Acción	10.2.8. Feria del libro Ricardo Palma¹⁰ Comunicación externa
Órgano Involucrado	La OCII en articulación con la UACGD, la DTV, la DP y la DR
Actividad	<ul style="list-style-type: none">• Propuesta de stand de exhibición con el material audiovisual y sonoro de IRTP• Plan de difusión del stand del IRTP en la feria• Diseño y producción de material de recordación• Montaje y realización• Exposición histórica del IRTP: “Memoria de archivos audiovisuales y sonoros”, comprendida por material previamente saneado en cuanto a derechos de autor.• Cobertura desde los programas y espacios culturales de la DTV, la DP y la DP.
Indicador	<ul style="list-style-type: none">- Cantidad de visitantes al stand del IRTP- Número de alcance e interacción en redes sociales- Cantidad de notas de prensa publicadas- Cantidad de spots de TV y Radio publicados
Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Convocante

¹⁰ Actividad sujeta a la suscripción de acuerdos con cargo directo al IRTP, la OCII como órgano proponente

Premios y reconocimientos especializados

Acción	10.2.9. Premio a las Buenas Prácticas de Gestión Pública 2025 Comunicación externa
Órgano Involucrado	La OCII
Actividad	<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de carpeta de postulación• Plan de promoción y difusión
Indicador	<ul style="list-style-type: none">- Número de alcance e interacción en redes sociales- Cantidad de notas de prensa publicadas- Cantidad de spots de TV y Radio publicados
Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Demostrativo

Acción	10.2.10. Premios TAL Comunicación externa
Órgano Involucrado	10.2.11. La OCII
Actividad	<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de carpeta de postulación• Plan de promoción y difusión
Indicador	<ul style="list-style-type: none">- Número de alcance e interacción en redes sociales- Cantidad de notas de prensa publicadas- Cantidad de spots de TV y Radio publicados
Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Demostrativo

Acción	10.2.12. Premio a la creatividad empresarial 2025 Comunicación externa
Órgano Involucrado	La OCII
Actividad	<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de carpeta de postulación

	<ul style="list-style-type: none">• Plan de difusión
Indicador	<ul style="list-style-type: none">- Número de alcance e interacción en redes sociales- Cantidad de notas de prensa publicadas- Cantidad de spots de TV y Radio publicados
Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Demostrativo

10.3. Evaluación y adaptación CONTINUA

Aunque, según el ROF, la realización de estudios de investigación no forma parte de las funciones de la OCII, se considera importante sugerir las siguientes acciones que pueden desarrollarse en colaboración con la Dirección de Comercialización y la Dirección de Medios Digitales y Promociones. En este proceso, la OCII desempeñará un rol significativo:

Acción	10.3.1. Encuestas y grupos focales
Órgano Involucrado	La OCII en articulación con la DC
Actividad	Implementar encuestas y grupos focales en línea para recopilar opiniones y percepciones valiosas sobre el IRTP, utilizando esta información para calibrar nuestras estrategias de comunicación.
Indicador	Porcentaje de <i>feedback</i> positivo y sugerencias de mejora.
Meta	Recoger al menos 50 sugerencias concretas de mejora por trimestre.
Tono de comunicación	Investigativo y receptivo

Acción	10.3.2. Análisis de métricas digitales
Órgano Involucrado	La OCII y la DMDP
Actividad	Realizar un seguimiento y análisis constantes de las métricas digitales para evaluar el impacto de nuestros contenidos en las diversas plataformas, permitiéndonos adaptar y optimizar nuestras estrategias de comunicación en tiempo real.
Indicador	Crecimiento en el <i>engagement</i> , alcance y conversión

Meta	Incrementar el <i>engagement</i> y el alcance de nuestros contenidos digitales en un 15% semestralmente
Tono de comunicación	Investigativo

Acción	10.3.3. Estudios de audiencia
Órgano Involucrado	La OCII en articulación con la DC
Descripción	Se propone llevar a cabo estudios conjuntos con entidades especializadas sobre el consumo de las plataformas del IRTP; o generar de manera conjunta algunas investigaciones que contribuyan con el reconocimiento del IRTP como institución referente en promover la educación, la cultura y el interés social.
Indicador	Número de estudios realizados y aplicaciones prácticas derivadas de los hallazgos.
Meta	Desarrollar al menos 1 estudios colaborativos por año.
Tono de comunicación	Investigativo

Acción	10.3.4. <u>Transmisión especial: Virgen del Carmen de Paucartambo</u> Comunicación externa
Órgano involucrado	La OCII en articulación con la DTV
Actividad	Plan de difusión de transmisión especial de la Virgen del Carmen de Paucartambo ¹¹
Indicador	<ul style="list-style-type: none">- Número de interacción es en redes sociales- Cantidad de conectados a la transmisión en vivo- Cantidad de notas de prensa publicadas
Meta	<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones en RRSS: 30% de interacción superior a un post promocional promedio.- Transmisión en vivo: cruce de trasmisión con 2 plataformas locales- 5 rebote de notas de prensa
Tono de comunicación	Convocante

¹¹ Actividad sujeta a la suscripción de acuerdos con cargo directo al IRTP, responsabilidad de la Dirección de Televisión – DTV.



11. CRONOGRAMA

LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIÓN	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
				10.1. IDENTIDAD E IDENTIFICACIÓN	10.1.1. Fortalecimiento de identidad en medios digitales	Serie de publicaciones y videos que ilustren cómo IRTP evoluciona continuamente	OCII - DMDP																								
Producir material que trace la historia del IRTP desde sus inicios hasta el presente	OCII - DMDP																														
10.1.2. Implementación de branding	Personalizar pantallas	OCII - OGTH																													
10.1.3. Tu Historia Nos Une	Historias de personas que acompañaron momentos relevantes del país y sus historias personales	OCII - DMDP - OGTH																													
10.1.4. Campaña de valoración promoción de archivo audiovisual y sonoro	Diseño de plan 360° que comprenda todos los medios y plataformas de comunicación.	OCII																													
	Revisión y selección de archivos audiovisuales y sonoros del IRTP.	OCII / UACGD																													
	Curación y publicación del contenido de los documentos audiovisuales y sonoros.	UACGD/DMDP																													
	Elaboración y diseño de Catálogo de documentos audiovisuales y sonoros con contenido histórico.	OCII / UACGD																													
	Promoción del repositorio de contenidos histórico en la Plataforma IRTP	OCII /UACGD /OTIC																													
10.1.5. Campaña "El IRTP cerca de la ciudadanía".	Diseño de plan 360° que comprenda todos los medios y plataformas de comunicación.	OCII																													
	Convocatoria "Se parte del IRTP por un día"	OCII																													
	Difusión permanente de las visitas guiadas, el IRTP al servicio de la ciudadanía.	OCII / OA																													
	Alineamiento con la estrategia digital del IRTP.	OCII /DMDP																													



LINEA DE ACCIÓN	ACCIÓN	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
				10.3. EVALUACIÓN Y ADAPTACIÓN	10.3.1. Encuestas y grupos focales	Elaboración propuesta de medición	OCII																								
Aplicación de propuesta de medición	OCII																														
10.3.2. Análisis de métricas digitales	Elaboración de formato de presentación de métricas	OCII /DMDP																													
	Reuniones de presentación de análisis demétricas digitales	OCII /DMDP																													
10.3.3. Estudios de audiencia	Elaboración de propuesta y coordinaciones	OCII / DC																													
	Periodo de estudio y resultados	OCII / DC																													
10.3.4. Virgen del Carmen de Paucartambo	Coordinaciones con Dirección responsable	OCII /DTV																													
	Propuesta de branding integral	OCII																													
	Periodo de ejecución de plan de difusión	OCII																													
	Evaluación de campaña	OCII																													



12. PRESUPUESTO

El Plan de Comunicación Estratégico del IRTP 2025 se ejecutará con recursos disponibles de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional. Se ha dispuesto para la ejecución de este plan y sus actividades el monto de **S/ 185,002.66** en el periodo de mayo a diciembre del 2025.

LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIÓN	PRESUPUESTO
IDENTIDAD E IDENTIFICACIÓN	10.1.1. Fortalecimiento de identidad en medios digitales	S/ 185,002.66
	10.1.2. Implementación de branding	
	10.1.3. Tu Historia Nos Une	
	10.1.4. Campaña de valoración promoción de archivo audiovisual y	
	10.1.5. Campaña "El IRTP cerca de la ciudadanía".	
VISIBILIZACIÓN SOCIAL	10.2.1. Alianzas estratégicas	
	10.2.2. Continuidad y actualización de campañas del IRTP: Forjando Valores	
	10.2.3. Inty Raymi desde la ciudad de Cusco.	
	10.2.4. Cobertura Especial por Fiestas Patrias.	
	10.2.5. Cobertura Especial Rally Caminos del Inca	
	10.2.6. Presentación de la programación 2026	
	10.2.7. Feria Internacional del Libro de Lima	
	11.2.8. Feria del Libro Ricardo Palma	
	10.2.9. Premios Premio a las Buenas Prácticas de Gestión Pública	
	10.2.10. Premios TAL	
	10.2.11 Premio a la Creatividad Empresarial	
EVALUACIÓN Y ADAPTACIÓN	10.3.1. Encuestas y grupos focales	
	10.3.2. Análisis de métricas digitales	
	10.3.3. Estudios de audiencia	
	10.3.4. Festividad de la Virgen del Carmen de Paucartambo	