

PROGRAMA INSTITUCIONAL

INFORME DE AVANCE Y RESULTADOS 2018

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

INDICE

| | |
|---|-----------|
| Marco normativo | 3 |
| Resumen ejecutivo | 4 |
| Avances y Resultados del Objetivo 1. Crear Contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias a fin de contribuir al fortalecimiento de la democracia. | 6 |
| - Introducción | |
| - Resultados | |
| - Avance de indicadores | |
| - Factores que han incidido en los resultados | |
| Avances y Resultados del Objetivo 2. Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en la niñez y en la juventud de los radioescuchas. | 10 |
| - Introducción | |
| - Resultados | |
| - Avance de indicadores | |
| - Factores que han incidido en los resultados | |
| Avances y Resultados del Objetivo 3. Promover a través de nuevas aplicaciones, diversos contenidos de interés cultural dirigidos a la niñez y a la juventud | 12 |
| - Introducción | |
| - Resultados | |
| - Avance de indicadores | |
| Anexo. Fichas de los indicadores | 14 |
| Glosario | 22 |
| Siglas y abreviaturas | 23 |

MARCO NORMATIVO

Este documento se presenta con fundamento en lo establecido en el numeral 32 del Acuerdo 01/2013 por el que se emiten los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10 de junio de 2013, el cual enuncia que:

“Las dependencias y entidades deberán difundir y publicar en sus páginas de Internet, los programas a su cargo, al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. Asimismo, deberán publicar dentro del primer bimestre de cada año, en el mismo medio electrónico, los logros obtenidos de conformidad con los objetivos, indicadores y metas definidos en los programas”.

RESUMEN EJECUTIVO

La radio pública es un valioso recurso de comunicación para apoyar a la población con información, educación, recreación, orientación social y mensajes de alerta y auxilio. Ofrece diversidad de contenidos de interés general y géneros musicales variados, con respeto a los valores sociales de las audiencias.

El IMER es un medio radiofónico del Estado con 18 emisoras a nivel nacional que transmiten en frecuencias de AM y FM, una por internet más 39 canales en Radio Terrestre Digital (HD). Tiene ocho emisoras en la Ciudad de México y 10 emisoras foráneas.

Por su cobertura geográfica, abarca dos terceras partes del país y llega a localidades de las fronteras con los EE.UU.A., Belice y Guatemala; y por la internet es escuchado en todo el mundo, en cualquier lugar y dispositivo.

Es la radio pública más importante de México por el número de estaciones de radio, por su cobertura y calidad de contenidos. Ocupa el séptimo lugar entre las emisoras del Valle de México. En tanto, las emisoras foráneas están en buenas posiciones en las ciudades donde están ubicadas.

Desarrolló estrategias incluyentes y participativas, con pluralidad, confiabilidad y veracidad de la información y también para apoyar los valores de identidad nacional, la expresión de temas nacionales con columnistas especializados, la recreación de contenidos musicales y la difusión de la ciencia, cultura y educación, con pleno respeto a la libertad de expresión.

Su programación consideró temas educativos, culturales, de orientación y recreación. Abordó asuntos de interés general como la salud, medio ambiente, derechos humanos, igualdad y no discriminación, entre otros. Asimismo, difundió temas prioritarios del Estado, con base en las políticas públicas del servicio de radio.



Se produjeron radioteatros con obras de la literatura clásica, programas infantiles, juveniles, series, campañas y cápsulas de orientación con temas sociales, así como también programas especializados, populares y regionales en las emisoras Opus, Horizonte, Reactor, RMI, Radio 710, XEB, Tropicalísima y en las estaciones de radio en los Entidades Federativas.

Se hicieron programas para la niñez y juventud. Esas barras de radio se aprovecharon para difundir también, la ciencia y cultura.

Los noticiarios del IMER son de los más escuchados en el país por su veracidad y equilibrio informativo. El SNN transmitió diariamente los programas de Antena Radio a través de 12 emisoras de la red IMER. Asimismo, produjo las secciones La Feria Carrusel (de cultura) e Impacto Deportivo.

Destacó la cobertura informativa desplegada para el proceso electoral de precampaña, intercampaña y campaña, pues se cuidó la veracidad, el equilibrio y el contexto de la información.

El personal que presta sus servicios en el IMER, aplicó rigurosamente los códigos de Conducta, de Valores Éticos y la Guía del Estilo Radiofónico, para un manejo responsable de la comunicación oral y escrita.

El Estatuto Orgánico del IMER estable dos grupos colegiados que determinan la estructura, contenido y análisis de la programación de las emisoras. Se realizaron 16 reuniones de la Mesa Editorial y 3 del Comité de Programación.

Se aprobaron cambios en la estructura o en la programación de las emisoras del IMER. Destacaron los de Radio 710 AM, XEB 1120 AM, Reactor 105.7 FM, Ciudadana 660 (en la CDMX), Órbita (Juárez), Radio Azul (Lázaro Cárdenas) y Fusión (Tijuana), que se adecuaron al perfil de la emisora y los radioescuchas.



Se transmitieron los programas de radio que fueron seleccionados en la novena convocatoria de proyectos ciudadanos de 2016, presentados por organizaciones de la sociedad civil. Debido a la gran cantidad de proyectos que se recibieron en 2015 y 2016, fue necesario incluirlos en la programación durante 2017 y 2018, por lo que no hubo convocatorias.

Se produjeron entre otras: series radiofónicas y campañas institucionales: Día Internacional de la Tierra, Día Mundial de la Conozcamos Nuestro Idioma, Seguridad Infantil por Internet, Día internacional contra el trabajo infantil, Día mundial del agua, Contra el acoso hacia las mujeres, Día internacional de la mujer.

Se efectuaron 15 servicios de producción radiofónica, grabación, musicalización, guionismo y locución, para atender peticiones de organismos públicos y empresas privadas.

Se brindó asesoría en materia de programación radiofónica al Instituto Politécnico Nacional y se le entregó un Manual teórico y práctico.

Radio México Internacional transmitió por internet y por radio digital terrestre en el canal HD2. Asimismo, efectuó transmisiones en Mazatlán y Tapachula para el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano.

La comercialización de servicios alcanzó 42 MDP, lo que rebasó la meta programada, no obstante las restricciones del proceso electoral y por limitaciones presupuestales.

En materia de estudios cuantitativos y cualitativos de las audiencias se efectuaron los reportes mensuales con indicadores clave del desempeño. Se elaboraron los monitoreos de: Ciudadana 660, Opus, La Poderosa, Radio Azul, La Popular, Radio Lagarto y Tropicalísima; y, se analizaron el mercado radiofónico y se hicieron comparativos de radiodifusoras.

Las páginas de internet difundieron textos con aspectos tradicionales de México, de divulgación de la cultura y banners con información para usuarios de cómputo.

Se crearon y modernizaron los micrositios dedicados a personajes del arte, así como de temas de derechos humanos y de orientación social para la niñez y la juventud.

En el sitio web, se difundió el acervo fonográfico con efemérides y micrositios. Con la Fonoteca Nacional se tienen más 85 mil documentos fonográficos de los cuales se digitalizaron 34 por ciento.

Se integró el Manual de Identidad Gráfica Institucional que homologó la imagen institucional de cada una de las emisoras y de los canales de Radio Digital Terrestre (HD) del IMER.

Recibieron capacitación todos los servidores públicos de mando y una tercera parte del personal operativo. El total de horas de capacitación fue de 6 mil 544, con un promedio de 26.6 horas por persona. Se diplomaron 8 funcionarias del IMER con cursos especializados.

En materia de transparencia, el personal de mando, así como el personal que integra el Comité de Transparencia, presentaron los exámenes correspondientes, con el objetivo de obtener por tercer año consecutivo el Reconocimiento como Institución 100 por ciento capacitada.

Se atendieron 76 solicitudes de acceso a la información y se contestaron 2 recursos de revisión, con resoluciones favorables al IMER.

El Sistema de Portales de Obligaciones de Transparencia (SIPOT), alcanzó 1 millón 218 mil 781 registros. Se recibió el resultado de la primera Verificación Federal Diagnóstica 2018 realizada por el INAI, la calificación fue de 94.2 por ciento.

En cumplimiento con las actividades de la Guía de Gobierno Abierto 2018, el IMER cumplió con los programas de

Transparencia; participación ciudadana y Blindaje Electoral, datos abiertos y se cumplió con las Bases de Colaboración.

Como parte de las acciones para el resguardo del patrimonio documental y fonográfico, se llevaron a cabo 687 transferencias primarias de expedientes. Se valoraron 180 expedientes y se continuó con el expurgo de documentación sin valor archivístico, lo que permitió la baja documental de una tonelada de papel que se donó a la CONALITEG.

En mantenimientos correctivos, preventivos y supervisión, se dedicaron 6 mil 131 horas de mantenimiento preventivo; de los equipos de audio, de transmisión, electromecánicos, satelitales, de enlace por IP, telefonía y de los sistemas de: audio digital dalet, edición pro-tools, team-radio, de audios testigos (Logger) y de circuito cerrado de televisión (cctv).

Referente a la preservación de la infraestructura técnica instalada, se dedicaron 7 mil 691 horas a los equipos de aire acondicionado, transmisiones de las emisoras locales, foráneas e internet y las grabaciones en los equipos del Logger.

Por alta calidad de la producción, el IMER logró varios reconocimientos tales como el otorgado por la Red por los Derechos Sexuales y Reproductivos (Ddeser) por la campaña de Prevención del Embarazo en las Adolescentes.

La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, entregó el Premio Antena CIRT por la campaña contra el Acoso Escolar.

El Senado de la República otorgó el Galardón Excelencia en Medios y cuatro reconocimientos a las y los periodistas que conducen los noticieros de Antena Radio, como un reconocimiento a las aportaciones del IMER a la libertad de expresión y a su labor informativa.

En la 11ª Bienal de Radio, la serie Día Internacional de la Mujer obtuvo la Mención Honorífica. El Gobierno del Estado de México y la UNAM, hicieron reconocimientos a las series radiofónicas de radioteatros, que han sido utilizadas en los programas educativos en telesecundarias.

Se firmaron convenios con la Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM) con el SPR, Conacyt y con El Colegio de la Frontera Norte, con lo que aumentó la cobertura de las transmisiones.

En coordinación con las secretarías de Educación Pública y de Relaciones Exteriores, participó con notas en materia de radio, para convenios con: la República Helvética, España, República de Rumania, República Democrática Popular de Argelia, República de Polonia, República de Alemania y República de Turquía.

Asimismo, se integró la Asociación de Radios Públicas y Universitarias de América Latina y el Caribe (ARPUALC).

AVANCES Y RESULTADOS

Objetivo 1. Crear contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias a fin de contribuir al fortalecimiento de la democracia

Introducción

El IMER tiene la misión de: producir, programar y transmitir contenidos radiofónicos que estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis para consolidar una comunicación pública incluyente, participativa y plural.

Su oferta radiofónica es de calidad, producida y transmitida bajo principios éticos. Está orientada a los diversos perfiles socioeconómicos de la población, a sus niveles etarios y de género, así como para informar con veracidad y transmitir programas y mensajes de interés social, cultural, educativo y recreativo.

En cumplimiento con este objetivo, el IMER desarrolló las acciones para continuar con el compromiso de ofrecer contenidos de calidad y contribuir al fortalecimiento de las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias.

En el Sistema Nacional de Noticiarios (SNN) la información noticiosa, se transmite con independencia editorial y equilibrio informativo, con un carácter incluyente y plural, lo que lo acredita como un medio informativo con credibilidad y fidelidad de audiencias.

Se establecieron convenios con medios públicos y académicos para ampliar la cobertura del IMER y del SNN. Se dio cobertura a los principales asuntos informativos de carácter nacional e internacional y se transmitieron materiales especiales de análisis y reportajes con temas de relevancia social.

Se realizó investigación cuantitativa y cualitativa para evaluar el desempeño de las emisoras y de la comunicación organizacional para la toma de decisiones, con base en información oportuna.

También se mantuvo el acercamiento de la radio hacia las audiencias infantiles y juveniles.

Resultados

De enero a noviembre del presente año, el IMER a través de sus emisoras produjo y transmitió 2 mil 469 de los cuales 107 contribuyeron en la promoción de las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias y 2 mil 362 en productos noticiosos y reportajes especiales. En total, de 2014 a 2018, se produjeron 13 mil 257 productos radiofónicos y noticiosos, lo que rebasó 624 por ciento la meta final del indicador (2125).

Actividades relevantes

Estrategia 1.1 Elaborar y transmitir contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias, conforme al perfil de cada emisora

Este año las emisoras de los estados registraron las siguientes actividades que procuraron, a través de sus programas, promover las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias.

Culturas Populares e indígenas

Se continuó la transmisión de los programas permanentes *Nuestra palabra* que se realiza en lengua zoque y en lengua tzotzil que transmite Radio Lagarto 1560 AM 107.9 FM en Chiapa de Corzo, Chiapas; *Palabras que vuelan*, en Yucatán FM 92.9 FM en Mérida, Yucatán, que trata temas relacionados con la población maya; las cápsulas *100 frases en lengua mame*, en La Popular 1350 AM, 89.1 FM, con mensajes dirigidos a fortalecer el uso de la lengua mame en la frontera de México con Guatemala; y Así es Michoacán, en Radio Azul 1560 AM 107.9 FM en Lázaro Cárdenas, Michoacán, sobre la cultura de las comunidades purépecha y náhuatl. De igual forma, a lo largo de este año se sumaron las siguientes transmisiones:

- Cápsulas que destacan la trayectoria de miembros de la comunidad indígena en México.
- Programas especiales dirigidos a poblaciones indígenas, folklore, derechos humanos, salud y el entorno de los indígenas, educación familiar, tradiciones mexicanas, música regional mexicana, entre otros.

Para impulsar la generación y difusión del conocimiento sobre la población afrodescendiente en México y otros grupos étnicos invisibilizados del país. Las emisoras realizaron produjeron y transmitieron los siguientes temas:

Serie capsular que trataron temas sobre: géneros musicales; los afrodescendientes y su discriminación en México; campañas sobre la influencia e instrumentos musicales de los afrodescendientes afroestados.

En temas de xenofobia se realizaron cápsulas y programas especiales donde se trató la discriminación laboral por racismo, mexicanos en Estados Unidos y especiales sobre la xenofobia.

Culturas urbanas y comunitarias

Conforme al perfil de cada emisora, se programaron diversas actividades que permitieron al IMER colaborar con la promoción de las culturas urbanas y comunitarias.

En este periodo se realizó la cobertura de 3 festivales nacionales, la transmisión de 13 óperas, un acústico en vivo y 43 conciertos, Entre los que destacan, el de la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México; los recitales Synergy Guitar Duo; y la transmisión de la temporada de ópera 2017-2018 del Metropolitan Opera House de Nueva York con los comentarios del maestro Sergio Vela, la cobertura de la edición 19 del Festival Vive Latino; transmitió el

programa Picnic de vinil desde la casa del lago de Chapultepec y la cobertura por redes sociales del festival Non Stop Ska, desde el Palacio de los Deportes.

Estrategia 1.2 Promover la cultura popular e indígena y de civilidad, a fin de reflejar la diversidad y pluralidad de la sociedad

El IMER a través de campañas dio atención a temas relacionados con la cultura popular e indígena y de civilidad, mismas que a continuación se detallan:

- Acoso escolar
- Día Internacional de la Mujer
- Día Mundial del Agua
- Día Mundial de la Radio.
- Día Internacional de la Tierra
- Día Mundial de la Salud
- Seguridad Infantil
- Día Nacional contra la Homofobia
- Donación de sangre y órganos
- Cáncer de próstata
- Día mundial contra el trabajo infantil
- Día Mundial del medio ambiente•
- Inventos Mexicanos
- Prevención del embarazo adolescente etapa 1
- Prevención del embarazo adolescente etapa 2
- Convivencia escolar etapa 1
- Convivencia escolar etapa 2
- Fomento a la lectura
- Derechos de los adultos mayores
- Cáncer de Mama
- Día Internacional de la Niña
- Día Nacional Contra la Discriminación
- Convivencia Escolar Etapa 3, 4, 5 y 6
- La Muerte también se Lee
- Prevención de Embarazo en Adolescentes Etapa 3 y 4
- Derechos Humanos
- Día Internacional de las Personas con Discapacidad
- Día Mundial contra el SIDA
- Protección Civil

Por otra parte, el IMER con el propósito de fortalecer la cultura archivística, para el resguardo de su patrimonio documental y sonoro, obtuvo por primera vez por parte del Archivo General de la Nación, la aprobación del Cuadro de Clasificación Archivística, el Catálogo de Disposición Documental, la Guía Simple de Archivos y el Inventario institucional de expedientes.

Con esta aprobación y bajo una estricta Valoración documental se dieron de baja 84 cajas de material de apoyo administrativo de los años 1995 – 2010, la cual permitió al Archivo de Concentración, liberar 50.4 metros lineales que equivalen al 2.27% respecto al total del espacio (2220 metros lineales) que ocupa el acervo, dicha acción permitió al IMER superar la meta anual comprometida en 1.27%.

El papel generado con esta baja documental, fue donado a la CONALITEG el 24 de octubre del 2018.

Estrategia 1.3 Ampliar la cobertura nacional e internacional del Sistema Nacional de Noticiarios para llegar a más radioescuchas

Los servicios noticiosos del Sistema Nacional de Noticiarios mantuvieron sus principios de independencia editorial y de equilibrio informativo, con carácter incluyente y plural consolidándose como un medio informativo con credibilidad al registrarse entre los 32 noticieros radiofónicos más escuchados del país.

Se establecieron convenios con medios públicos y/o académicos para ampliar la cobertura del IMER y del Sistema Nacional de Noticiarios (SNN). Se continuó con la colaboración de 38 columnistas que expresaron sus diferentes puntos de vista, con plena libertad, ideas, opiniones y posturas.

Se dio cobertura a los principales asuntos informativos de carácter nacional e internacional, destacando los siguientes asuntos:

- Consulta ciudadana sobre el Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México.
- Suspensión del suministro de agua en 13 alcaldías de la Ciudad de México y doce municipios del Estado de México para dar mantenimiento al Sistema Cutzamala.
- La Primera Sala de la SCJN aprobó la inconstitucionalidad de la prohibición absoluta del consumo lúdico y personal de la marihuana.
- El Jefe del Ejecutivo, EPN, afirmó a tres de semanas de que concluya su administración, que entrega “buenas cuentas y un círculo virtuoso” en materia de estabilidad económica.
- Seguimiento informativo de la Caravana Migrante procedente de Centroamérica hacia los Estado Unidos; se cubrió el lanzamiento del Programa “Avanzar contigo”
- Se transmitió en cadena del IMER y en vivo, el Primer, Segundo y Tercer Debate de los candidatos presidenciales; así como también se transmitió los tres debates para la Jefatura de Gobierno.

En el ámbito Internacional se resaltaron los siguientes acontecimientos:

- Inició en Nueva York, E.U. el juicio contra el líder del cártel de Sinaloa, Joaquín Guzmán Loera.
- Miles de migrantes hondureños, atraviesan Guatemala y derriban la valla fronteriza para cruzar hacia México y seguir rumbo a Estados Unidos.
- Los mandatarios de México, Enrique Peña Nieto, de Estados Unidos, Donald Trump y de Canadá, firmaron en Buenos Aires, Argentina, el nuevo Acuerdo Comercial de América del Norte (T-MEC), el cual substituye el TLCAN.
- E.U. aplicó la alerta más alta, nivel 4, de recomendación a sus ciudadanos para que no viajen a los estados mexicanos de Colima, Guerrero, Michoacán, Sinaloa y Tamaulipas.

- El mandatario estadounidense, Donal Trump, cerró parcialmente el gobierno, luego de que el Congreso se negó a financiar el muro fronterizo con México.
- El Reino Unido y Bruselas llegaron a un acuerdo técnico sobre el Brexit.

En el campo cultural, se hizo una cobertura y transmisión especial sobre la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. Asimismo, se cubrió y difundió la Feria Internacional del Libro de Oaxaca; la edición 47 del Festival Internacional Cervantino, y el Festival Internacional de Cine de Morelia.

En el área deportiva, se reportó lo más importante del Gran Premio de México de la Fórmula 1, que fue ganado por el piloto holandés Max Verstappen de la escudería Red Bull, mientras el británico Lewis Hamilton se coronó Campeón del Mundo de la temporada 2018. Por otra parte, la Arena Ciudad de México fue sede de los Juegos del Basquetbol de la NBA: Magic de Orlando venció 97-91 a los Bulls de Chicago, mientras que Magic venció 89-96 al Jazz de Utah.

En cuanto a reportajes especiales, este año se produjeron y transmitieron los siguientes temas de relevancia social:

- Aniversario del TCLAN
- *Operativos en caminos*
- *Trabajos electorales rumbo al 1o de julio*
- *Día internacional de la mujer*
- *Voto de los mexicanos en el extranjero.*
- *La intercampana, preparativos para la batalla electoral*
- *Los delitos electorales podrían empañar la elección*
- *La compleja maquinaria logística de las elecciones*
- *Fin de campañas electorales*
- *Biografías de los candidatos presidenciales.*
- *A un año de los terremotos, la emergencia no termina*
- *Miguel Hidalgo e Ignacio Allende defensores de la Patria*
- *Los Millennials ¿una generación perdida?*
- *El huevo sale de la lista negra de alimentos*
- *Kaliskomia, la casa histórica en la Condesa, a punto de desaparecer*
- *La moda, vanidad o arte*
- *Estrés laboral, un fenómeno que puede matar*
- *Todo sobre la consulta del Nuevo Aeropuerto*
- *Cuánto cuesta morir ” (Día de Muertos)*
- *Migración, escena que se incrementa en el mundo*
- *Día Internacional Contra la Corrupción*
- *La Navidad en las comunidades indígenas*
- *La intercampana, preparativos para la batalla electoral*
- *Los delitos electorales podrían empañar la elección*
- *La compleja maquinaria logística de las elecciones*
- *Fin de campañas electorales*

- *Biografías de los candidatos presidenciales.*

Estrategia 1.4. Realizar investigación cuantitativa y cualitativa, que permita la toma estratégica de decisiones de mejora.

La investigación cuantitativa y cualitativa de audiencias, es considerada una herramienta para adecuar la programación con criterios de interés público, con base en el análisis de los contenidos programáticos que produce y transmite el IMER.

A través de esta información el IMER puede conocer el promedio por hora de personas que escucharon alguna de las emisoras del IMER en el Valle de México. Por ejemplo, en el primer semestre de 2018, el alcance y sondeo diarios, llegaron a 593 mil personas que, en promedio por hora, escucharon alguna de las emisoras del IMER en el Valle de México.

Los resultados de estudios de ranqueo de todas las emisoras del Valle de México, nos permitió saber que la emisora Radio 710 ocupó entre el sexto lugar al décimo séptimo lugares en las barras matutina y nocturna. La XEB, el tercer lugar en la barra nocturna; y Reactor ocupó el octavo lugar.

Asimismo, se pudo conocer el alcance de radioescuchas promedio por hora de las siguientes emisoras:

- Reactor. 243 mil radioescuchas
- Horizonte. 105 mil radioescuchas
- Opus. 102 mil radioescuchas.
- Radio 710. 68 mil
- XEB en AM. 51 mil radioescuchas

El Sistema Nacional de Noticiarios (SNN), presentó un rating de más 100 mil personas.

En total de enero a noviembre se realizaron 39 reportes cuantitativos con indicadores clave (KI) y cualitativos del comportamiento de las audiencias y los perfiles del radioescucha. De 2014 a 2018 se contabilizaron 245 reportes superando en 140 por ciento la meta de establecida de 175 reportes de desempeño.

En 2018, se contabilizaron 3 reportes de indicadores estadísticos de desempeño con la medición mensual de las audiencias, monitoreo de la programación de 2 emisoras, 2 análisis de audiencia activa, reportes anuales de las páginas Web, correspondiente al 2017 y un estudio comparativo (benchmarking).

Asimismo, 6 reportes estadísticos con la medición mensual de las audiencias; se llevó a cabo el monitoreo de la programación de 4 emisoras (La Poderosa y Radio Azul, La Popular, Radio Lagarto y Tropicalísima); 2 análisis de audiencia activa (Horizonte y Yucatán FM); un estudio Benchmarking del Mercado Radiofónico por Banda AM y FM y; 1 análisis de las 55 emisoras de la Zona Metropolitana del Valle de México; así como el comportamiento del rating personas por emisora, barra y por hora.

Avance de indicadores del Objetivo 1

| Nombre | Línea base | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Meta 2018 |
|--|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Productos radiofónicos realizados y transmitidos | 425 (2014) | N/A | 2867 | 5423 | 8085 | 10788 | 13257 | 2125 |
| Número de convenios y contratos de colaboración establecidos | 2 (2014) | N/A | 2 | 5 | 7 | 9 | 11 | 10 |
| Reportes de desempeño | 35 (2014) | N/A | 53 | 111 | 164 | 206 | 245 | 175 |

Fuente: Evaluación del Programa Anual de Trabajo 2018 del IMER

Factores que han incidido en los resultados

Originalmente la meta programada por cada año se estableció en 425 productos radiofónicos, conformados por la suma de las metas comprometidas en las estrategias 1.1 con 51 productos radiofónicos, 1.2. con 4 y 1.3, con 370 productos noticiosos. Sin embargo, esta última estrategia la meta fue incrementada a 1820 productos por año. Lo que trajo en consecuencia que las metas anuales y la meta por alcanzar en 2018 se vieran superadas en un alto porcentaje.

AVANCES Y RESULTADOS

Objetivo 2. Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en la niñez y en la juventud de los radioescuchas

Introducción

Este año, entre las actividades realizadas para promover la cultura y el arte en la niñez y la juventud, destacan las transmisiones de programas infantiles y juveniles, programas especiales como: Vive Latino, Picnic de Vinyl, De niño a niña...de niña a niño”, entre otros.

Las campañas abarcaron temas de relevancia social como: contra la violencia a las mujeres, la discriminación, o el acoso escolar; así como por la igualdad de género, prevención de las adicciones y del embarazo adolescente; entre otros.

En la página web del IMER se crearon y actualizaron micrositios temáticos, dirigidos a niñas, niños y familias completas. Para los jóvenes se creó el micrositio “Momentos en la historia de la música” el cual hace una memoria colectiva del mundo de la música.

Resultados

De 2014 a 2018, la meta establecía la producción y transmisión de 245 productos radiofónicos. Sin embargo, ésta fue superada en 531 por ciento, al realizarse mil 302 productos radiofónicos. Tan sólo en este año se alcanzaron 356 productos más de lo programado.

Actividades relevantes

Estrategia 2.1. Elaborar y transmitir productos radiofónicos que promuevan la cultura y el arte en la niñez y en la juventud

Este año las producciones que destacaron en atención a estos temas fueron:

El concierto especial con motivo de la celebración del Día del niño y la niña que incluyó la grabación del programa “Lo que son, conciertos o quéson” desde el Centro de Desarrollo Infantil (Cendi) “Amalia Solórzano de Cárdenas” ubicado dentro del Centro de Readaptación Femenil de Santa Martha. También, se llevó a cabo un concierto con las canciones de Cri Cri interpretadas por el coro del colegio Lasalle de Seglares, para festejar el día del niño.

Por tercer año consecutivo, el IMER continuó con el ciclo de radioteatros, un formato clásico de la radiodifusión mexicana que logra trasladar al radioescucha a esa inolvidable época donde la radio estaba presente en los hogares de México, entre las obras que se presentaron destacan las siguientes:

- Las Aventuras de Tom Sawyer
- Yerma

- Electra
- La Celestina
- El jardín de los cerezos

Se realizó un total de 89 productos radiofónicos distribuidos en las siguientes series:

- Las Partículas Elementales: 14 productos
- Generación Z: 12 productos
- La pandilla: 12 productos
- No al silencio: 13 productos
- Radio Big Bang: 13 productos
- Zona aventura: 12 productos
- Ciencia Joven: 13 productos

Se cubrieron 31 eventos radiofónicos, entre los que destacan los siguientes conciertos:

1. RMI: Concierto Grupo Nesh-Kala, La Música Prohibida por la Inquisición,
2. David Haro, presentación del disco “Boca Arriba.
3. Trío Nostalgia Huasteca, 14 de septiembre de 2018.
4. RMI: Grupo Saltapatrás
5. RMI: Las Hermanas García
6. Emisoras HD3: Yokozuna
7. Emisoras HD3: El muchacho de los ojos tristes
8. Emisoras HD3: Los Mesoneros
9. RMI: Yolotecuani
10. RMI: Ixtlahuacuicani

Además, se realizaron las siguientes series radiofónicas:

- Cinesecuencias radio
- Lo que son, conciertos lo que son

Ventas:

De enero a noviembre del presente año, la venta de productos, contenidos propios y patrocinios, alcanzó el 89 por ciento de la meta anual programada. De 2014 a noviembre de 2018 la venta acumulada fue de \$188,458,724.49 lo que equivale al 94% de avance respecto a la meta final del Programa Institucional de \$200,000,000.00

Avance de indicadores del Objetivo 2

| Nombre | Línea base | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Meta 2018 |
|--|------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Número de productos radiofónicos realizados y transmitidos | 49 | N/A | 53 | 102 | 505 | 946 | 1302 | 245 |
| Número de convocatorias públicas emitidas | 2 | N/A | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 10 |
| Ventas | 40.0 MDP | N/A | 35.5 MDP | 70.5 MDP | 112.5 MDP | 152.8 MDP | 188.4 MDP | 200 MDP |

Fuente: Evaluación del Programa Anual de Trabajo 2018 del IMER

Factores que han incidido en los resultados

Uno de los factores principales que impidieron alcanzar la meta por ventas, fueron las restricciones en los mensajes durante el proceso electoral y por las limitaciones presupuestales. Sin embargo, en el último mes del año se logró una venta de 5,124,763.16, cerrando con un total anual de \$40,720,480.11 que sumados a las ventas obtenidas de 2014 a 2017 por 152,863,007.65, la meta alcanzada cerró en 193,583,487.65, 3.2% debajo de la meta comprometida en el Programa Institucional.

Otro indicador que no fue posible lograr cumplir su meta fue el *número de convocatorias públicas emitidas*. A este respecto, y como se vino reportando en años anteriores, esto se debió a la gran cantidad de proyectos seleccionados en las emisiones Octava y Novena de 2014 y 2016, que aún continúan transmitiéndose.

AVANCES Y RESULTADOS

Objetivo 3. Promover a través de nuevas aplicaciones, diversos contenidos de interés cultural dirigidos a la niñez y a la juventud

Introducción

Desde 2013 el IMER no cuenta con recursos de inversión para la adquisición de nuevas tecnologías, sin embargo, a través de mantenimientos correctivos y preventivos, se logró la conservación de los equipos de audio, de transmisión, electromecánicos, satelitales, de enlace por IP, telefonía y de los sistemas de: audio digital dalet, edición pro-tools, team-radio, de audios testigos (logger) y de circuito cerrado de televisión (cctv) y de esta forma garantizar una mejor señal y transmisión de sus contenidos.

A través de la página web del IMER, se difundieron diversas actividades relacionada con el quehacer radiofónico de sus emisoras. Se crearon y actualizaron micrositos temáticos, se realizaron homenajes sonoros a personajes de las artes, series radiofónicas y campañas sociales. Se trabajó en la identidad gráfica del IMER en medios digitales, lo que permitió el rediseño tanto de la página principal, así como de los 18 sitios de las emisoras y los de las tres radios digitales terrestres (HD).

Como complemento a la información de la radio, también se hizo difusión de contenidos relacionados con temas de derechos humanos, radioteatros, migrantes, barras infantiles, historia de la música, homenajes sonoros, series radiofónicas y efemérides sonoras. Asimismo, se atiende cotidianamente a los usuarios de las redes sociales digitales.

Resultados

Este año se dedicaron 7 mil 593 horas de mantenimiento preventivo. Referente a la preservación de la infraestructura técnica instalada en el IMER se invirtieron 9 mil 563 horas; destacaron las actividades de supervisión a los trabajos de RTC para el restablecimiento de la recepción la señal del sistema DIMM (Red satelital de RTC para eventos en Cadena Nacional)

Durante el período del 1 de enero al 30 de noviembre de 2018, la sección de micrositos temáticos en el sitio web del IMER registró 62,718 sesiones realizadas por 52,445 usuarios.

Se aprobó el Manual de Identidad Gráfica 2018 que incluyó la imagen institucional y los logotipos de imagen comercial de cada una de las emisoras de locales y foráneas del IMER

En materia de capacitación, se logró cumplir con las metas anuales establecidas en este Programa Institucional. Con la intención de cubrir las necesidades de capacitación, además de los cursos programados con el presupuesto asignado, se buscó obtener por otros medios, capacitación que no significaran un gasto directo al

IMER, para ello se renovaron los convenios de colaboración con la Universidad del Claustro de Sor Juana y con la Alianza Francesa, así mismo, obtuvimos la colaboración de personas que de forma gratuita vinieron a brindar cursos al Instituto

Actividades relevantes

Estrategia 3.1. Ampliar los mecanismos para brindar arte y cultura a la niñez y a la juventud a través de los sitios Web del Instituto

Con el objetivo de promover a través de las nuevas aplicaciones, diversos contenidos de interés educativo, cultural y social para difundir conocimientos, estimular la imaginación y alentar la reflexión de radioescuchas y cibernautas, se diseñó y puso en marcha la creación de diversos micrositos temáticos que contribuyeron a la difusión de contenidos que resultaron de interés para el público infantil y adolescente, de interés educativo, cultural y social. Asimismo, a través de esta plataforma se difundió material de series radiofónicas y campañas producidos en el Instituto y que forman parte del Acervo de la Fonoteca de Concentración.

Estrategia 3.2. Proponer e impulsar un proyecto continuo de modernización tecnológica que contribuya al cumplimiento de los objetivos institucionales

De acuerdo al programa de mantenimiento tecnológico en los equipos de audio de las emisoras y de los estudios de grabación, destacan las siguientes actividades: corrección de anomalías en la cobertura de las señales transmitidas en la radiodifusora XHUAN/FM, de Tijuana, Baja California; se restableció la operación de los canales digitales HD2 y HD3 en la emisora XHEMIT/FM; se instaló en la estación XELAC/AM-XHLAC/FM de Lázaro Cárdenas, Michoacán un nuevo sistema de audio testigos logger; en la estación XHUAN/FM de Tijuana, B.C. se atendieron reportes de fallas del sistema de audio digital Dalet; en la radiodifusora XERF/AM-XHRF/FM de Ciudad Acuña, Coahuila, se efectuó el restablecimiento de la operación del sistema de edición digital Pro Tools en la versión 8.0.1.

Las actividades de supervisión para la preservación de la infraestructura técnica instalada y a los equipos de aire acondicionado estuvo enfocada principalmente en: la supervisaron de los trabajos de mantenimiento a los equipos de aire acondicionado de mayorazgo; se realizó el monitoreo de la red del IMER vía satélite para checar el estado de los receptores de señales satelitales; se mantuvo una constante supervisión de los equipos de audio, transmisión, satelital, de aire acondicionado, de las plantas eléctricas de emergencia e instalaciones eléctricas en general del Instituto. Asimismo, se continuó proporcionando apoyo técnico para la operación de la iluminación robótica del escenario del estudio A durante los eventos realizados por las direcciones de Producción y Comercialización.

Estrategia 3.3. Trabajar con las distintas áreas del Instituto un programa de capacitación que asegure la profesionalización de los servidores públicos

De enero a noviembre de enero a diciembre se registraron 67 actividades de capacitación institucional, desarrolladas en 635 sesiones, con la participación de 247 servidores públicos, 142 de nivel operativo y 105 de mando medio, registrando un total de 1 mil 864 asistencias en 7 mil 29 horas de capacitación. Con un presupuesto ejercido de \$404,648.00. Que comparado con el ejercicio 2017, el número de actividades se incrementó en 65% y el número de participantes en 48%.

Se logró cumplir con la meta establecida para 2018, que consistió en que el 95% del personal de mando participaría en al menos una

actividad de capacitación durante el año. El resultado al cierre, fue de 105 personas de nivel de mando (incluye personal que dejó de prestar sus servicios) y 142 operativos.

Por tercer año consecutivo, se obtuvo el Reconocimiento de Institución 100% capacitada, que implicó que 96 servidores públicos de mando se capacitaran en materia de Acceso a la información y Protección de Datos. De igual forma, después de 2 años se refrendó el Reconocimiento del Comité de Transparencia 100% capacitado, ambos otorgados por INAI.

Avance de indicadores del Objetivo 3

| Nombre | Línea base | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Meta 2018 |
|---|------------|----------|-----------------|-----------------|-------------------|------------------|--|-----------------|
| Número de microsítios temáticos del sitio web, diseñados y actualizados | 2 | N/A | 2 | 4 | 6 | 13 | 16 | 10 |
| Personal de mando capacitado | 65% | N/A | 89% eq.84 pers. | 75% eq.72 pers. | 102% eq. 99 pers. | 90% eq. 85 pers. | 108% respecto al % anual (eq a 105 pers de MM) | 95% eq.92 pers. |

Fuente: Evaluación del Programa Anual de Trabajo 2018 del IMER

ANEXO. FICHAS DE LOS INDICADORES

| Objetivo 1. | | Crear contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias a fin de contribuir al fortalecimiento de la democracia | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------------|---|---------------------------------------|------------------------|
| Nombre del indicador | | 1.1 Número de productos radiofónicos realizados y transmitidos | | | | | |
| Fuente de información o medio de verificación | | En el apartado de “Rendición de cuentas” de la sección de Transparencia del menú principal de la página de Internet del IMER | | | | | |
| Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador | | http://www.imer.mx/transparencia/rendicion-de-cuentas/ | | | | | |
| Línea base | Valor observado del indicador en 2013 | Valor observado del indicador en 2014 | Valor observado del indicador en 2015 | Valor observado del indicador en 2016 | Valor observado del indicador en 2017 | Valor observado del indicador en 2018 | Meta 2018 |
| 2014 | | | | | | | |
| 425 | NA | 2867 | 5423 | 8085 | 10788 | 13257 | 2125 |
| Método de cálculo | | | | | Unidad de Medida | | Frecuencia de medición |
| La sumatoria de los productos realizados y transmitidos (PRT) que se integran por: programas de radio (pr), campañas (c), productos noticiosos (pn), series radiofónicas (sr) y reportajes de investigación (ri) $PRT = \sum (pr+c+pn+sr+ri)$ | | | | | Número de productos realizados y transmitidos | | Anual |
| Nombre de la variable 1 | | | | | Valor observado de la variable 1 en 2018 | | |
| Productos realizados y transmitidos | | | | | 2469 | | |

| Objetivo 1. | | Crear contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias a fin de contribuir al fortalecimiento de la democracia | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|------------------------|
| Nombre del indicador | | 1.2 Número de convenios y contratos de colaboración establecidos | | | | | |
| Fuente de información o medio de verificación | | En el apartado de “Rendición de cuentas” de la sección de Transparencia del menú principal de la página de Internet del IMER | | | | | |
| Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador | | http://www.imer.mx/transparencia/rendicion-de-cuentas/ | | | | | |
| Línea base | Valor observado del indicador en 2013 | Valor observado del indicador en 2014 | Valor observado del indicador en 2015 | Valor observado del indicador en 2016 | Valor observado del indicador en 2017 | Valor observado del indicador en 2018 | Meta 2018 |
| 2014 | | | | | | | |
| 2 | NA | 2 | 5 | 7 | 9 | 11 | 10 |
| Método de cálculo | | | | | Unidad de Medida | | Frecuencia de medición |
| Suma acumulada de convenios de colaboración y contratos establecidos con instituciones | | | | | Número de convenios y contratos | | Anual |
| Nombre de la variable 1 | | | | | Valor observado de la variable 1 en 2018 | | |
| Convenios de colaboración y contratos establecidos con instituciones | | | | | 2 | | |

| Objetivo 1. | | Crear contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias a fin de contribuir al fortalecimiento de la democracia | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|------------------------|
| Nombre del indicador | | 1.3 Reportes de desempeño | | | | | |
| Fuente de información o medio de verificación | | En el apartado de “Rendición de cuentas” de la sección de Transparencia del menú principal de la página de Internet del IMER | | | | | |
| Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador | | http://www.imer.mx/transparencia/rendicion-de-cuentas/ | | | | | |
| Línea base | Valor observado del indicador en 2013 | Valor observado del indicador en 2014 | Valor observado del indicador en 2015 | Valor observado del indicador en 2016 | Valor observado del indicador en 2017 | Valor observado del indicador en 2018 | Meta 2018 |
| 2014 | NA | 53 | 111 | 164 | 206 | 245 | 175 |
| 35 | NA | 53 | 111 | 164 | 206 | 245 | 175 |
| Método de cálculo | | | | | Unidad de Medida | | Frecuencia de medición |
| <p>La información estadística y cualitativa se obtiene de dos fuentes: de la empresa que brinda el servicio de medición de audiencias, y de los estudios realizados por el IMER.</p> <p style="text-align: center;">$TRDR = ECE + ERI$</p> <p style="text-align: center;">Donde</p> <p>TRDR = Total de reportes de desempeño realizados</p> <p>ECE = Reportes contratados a la empresa que presta servicios de medición de audiencias</p> <p>ERI = Reportes de audiencia realizados por el IMER</p> | | | | | Número de reportes | | Anual |
| Nombre de la variable 1 | | | | | Valor observado de la variable 1 en 2018 | | |
| Total de reportes de desempeño realizados | | | | | 39 | | |

| Objetivo 2. | | Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en la niñez y en la juventud de los radioescuchas. | | | | | |
|---|---------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|------------------------|
| Nombre del indicador | | 2.1 Número de productos radiofónicos realizados y transmitidos | | | | | |
| Fuente de información o medio de verificación | | En el apartado de “Rendición de cuentas” de la sección de Transparencia del menú principal de la página de Internet del IMER | | | | | |
| Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador | | http://www.imer.mx/transparencia/rendicion-de-cuentas/ | | | | | |
| Línea base | Valor observado del indicador en 2013 | Valor observado del indicador en 2014 | Valor observado del indicador en 2015 | Valor observado del indicador en 2016 | Valor observado del indicador en 2017 | Valor observado del indicador en 2018 | Meta 2018 |
| 2014 | | | | | | | |
| 49 | NA | 53 | 102 | 505 | 946 | 1302 | 245 |
| Método de cálculo | | | | | Unidad de Medida | | Frecuencia de medición |
| La sumatoria de todos los productos radiofónicos de la barra infantil (PR) que se integran por: Programas transmitidos con contenidos para público infantil y juvenil (ptcij), Series radiofónicas que promocionen la cultura y el arte entre la niñez y la juventud (srca) y Eventos culturales (ev). $PR = \Sigma (ptcij + srca + ev)$ | | | | | Número de productos radiofónicos | | Anual |
| Nombre de la variable 1 | | | | | Valor observado de la variable 1 en 2018 | | |
| Productos radiofónicos de la barra infantil | | | | | 356 | | |

| Objetivo 2. | | Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en la niñez y en la juventud de los radioescuchas. | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------------|
| Nombre del indicador | | 2.2 Número de convocatorias públicas emitidas | | | | | |
| Fuente de información o medio de verificación | | En el apartado de “Rendición de cuentas” de la sección de Transparencia del menú principal de la página de Internet del IMER | | | | | |
| Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador | | http://www.imer.mx/transparencia/rendicion-de-cuentas/ | | | | | |
| Línea base | Valor observado del indicador en 2013 | Valor observado del indicador en 2014 | Valor observado del indicador en 2015 | Valor observado del indicador en 2016 | Valor observado del indicador en 2017 | Valor observado del indicador en 2018 | Meta 2018 |
| 2014 | NA | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 10 |
| Método de cálculo | | | | Unidad de Medida | | | Frecuencia de medición |
| Sumatoria de las convocatorias emitidas | | | | Número de convocatorias | | | Anual |
| Nombre de la variable 1 | | | | Valor observado de la variable 1 en 2018 | | | |
| Convocatorias emitidas | | | | 0 | | | |

| Objetivo 2. | | Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en la niñez y en la juventud de los radioescuchas. | | | | | |
|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|------------------------|
| Nombre del indicador | | 2.3 Ventas | | | | | |
| Fuente de información o medio de verificación | | En el apartado de “Rendición de cuentas” de la sección de Transparencia del menú principal de la página de Internet del IMER | | | | | |
| Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador | | http://www.imer.mx/transparencia/rendicion-de-cuentas/ | | | | | |
| Línea base | Valor observado del indicador en 2013 | Valor observado del indicador en 2014 | Valor observado del indicador en 2015 | Valor observado del indicador en 2016 | Valor observado del indicador en 2017 | Valor observado del indicador en 2018 | Meta 2018 |
| 2014 | NA | \$35,5 MDP | \$70.5 MDP | \$112.5 MDP | \$152.8 MDP | \$188.4 MDP | \$200 MDP |
| \$40 MDP | NA | \$35,5 MDP | \$70.5 MDP | \$112.5 MDP | \$152.8 MDP | \$188.4 MDP | \$200 MDP |
| Método de cálculo | | | | | Unidad de Medida | | Frecuencia de medición |
| <p>El indicador mide el recurso económico generado por el Instituto para el logro de las metas de producción.</p> <p>Se relaciona con la estrategia 2.1., acción 2.1.5., del Objetivo 2. Contribuye a la generación de ingresos necesarios para la realización de los proyectos de producción de radio. El ingreso debe ser el 20% del presupuesto anual.</p> <p>$PVR = (TVAR / TVM) \times 100$</p> <p>Donde</p> <p>PVR = Porcentaje de ventas realizadas</p> <p>TVAR = Total de ventas anuales realizadas</p> <p>TVM = Total de ventas meta</p> | | | | | Porcentaje de ventas realizadas | | Anual |
| Nombre de la variable 1 | | | | | Valor observado de la variable 1 en 2018 | | |
| Ventas realizadas | | | | | \$35.6 MDP | | |

| Objetivo 3. | | A través de nuevas aplicaciones, promover contenidos de arte y cultura dirigidos a la niñez y a la juventud | | | | | |
|---|---------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------------|------------------------|
| Nombre del indicador | | 3.1 Número de micrositios temáticos del sitio Web del IMER diseñados y actualizados | | | | | |
| Fuente de información o medio de verificación | | En el apartado de “Rendición de cuentas” de la sección de Transparencia del menú principal de la página de Internet del IMER | | | | | |
| Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador | | http://www.imer.mx/transparencia/rendicion-de-cuentas/ | | | | | |
| Línea base | Valor observado del indicador en 2013 | Valor observado del indicador en 2014 | Valor observado del indicador en 2015 | Valor observado del indicador en 2016 | Valor observado del indicador en 2017 | Valor observado del indicador en 2018 | Meta 2018 |
| 2014 | NA | 2 | 4 | 6 | 13 | 21 | 10 |
| Método de cálculo | | | | | Unidad de Medida | | Frecuencia de medición |
| <p>El indicador es un número absoluto que se compone de la siguiente forma:</p> $MTT = MTD + MTA$ <p>Donde:</p> <p>MTT = Micrositios temáticos totales MTD = Micrositios temáticos diseñados MTA = Micrositios temáticos actualizados</p> | | | | | Número de micrositios temáticos | | Trimestral |
| Nombre de la variable 1 | | | | | Valor observado de la variable 1 en 2018 | | |
| Micrositios temáticos | | | | | 8 | | |

| Objetivo 3. | | A través de nuevas aplicaciones, promover contenidos de arte y cultura dirigidos a la niñez y a la juventud | | | | | |
|---|---------------------------------------|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|---|---------------------------------|
| Nombre del indicador | | 3.2 Porcentaje de personal de mando capacitado | | | | | |
| Fuente de información o medio de verificación | | En el apartado de “Rendición de cuentas” de la sección de Transparencia del menú principal de la página de Internet del IMER | | | | | |
| Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador | | http://www.imer.mx/transparencia/rendicion-de-cuentas/ | | | | | |
| Línea base | Valor observado del indicador en 2013 | Valor observado del indicador en 2014 | Valor observado del indicador en 2015 | Valor observado del indicador en 2016 | Valor observado del indicador en 2017 | Valor observado del indicador en 2018 | Meta 2018 |
| 2014 | NA | 89% (equivale a 84 personas) | 75% (equivale a 72 personas) | 102% eq. 99 pers. | 90% eq. 85 pers. | 108% respecto al % anual (eq a 105 pers de MM) | 95% (equivale a 90 personas) |
| Método de cálculo | | | | Unidad de Medida | | | Frecuencia de medición |
| Contribuye a la formación y actualización de conocimientos de profesionales de la radio pública que tiene una responsabilidad de mando. $PPC = (PC/PT) * 100$ Donde: PPC= Porcentaje de personal capacitado PC= Número de personal capacitado PT= Número total de personal | | | | Porcentaje | | | Anual |
| Nombre de la variable 1 | | | | Valor observado de la variable 1 en 2018 | | | |
| Porcentaje de personal capacitado | | | | 108% respecto al % anual (eq a 105 pers de MM) | | | |

GLOSARIO

Recogemos a continuación términos vinculados al quehacer radiofónico del IMER. Se trata de nuestras propias definiciones. En este caso, se decidió intentar explicar de manera no académica, sencilla, algunos conceptos, especialmente los que más se utilizan conforme hemos detectado que mejor se entienden.

- Audiencia: Conjunto de personas que escucha una transmisión de radio.
- Código de valores éticos del IMER: Documento de autorregulación del IMER en el cual se expresan las más relevantes directrices a seguir en el desempeño de las funciones institucionales.
- Concesión para uso público: Se incluyen a los concesionarios o permisionarios de servicios públicos para la operación y seguridad del servicio de que se trate.
- Emisora: Empresa dedicada a la radiodifusión o a la televisión.
- Estación: Una emisora de radio.
- Estación concesionada: Emisora cuya frecuencia de transmisión es otorgada por el Ejecutivo Federal a un particular por un período definido para su explotación comercial.
- Estación permisionada: Emisora oficial, cultural, de experimentación, de escuela radiofónica o establecida por entidades públicas cuya frecuencia por la que transmite ha sido otorgada por el gobierno para difundir contenidos de naturaleza no lucrativa.
- Micrositio: Es un espacio en Internet formado por un grupo limitado de páginas con información concreta de un producto, campaña, promoción o servicio. El contenido del micrositio está conformado por texto, imágenes, videos, animaciones y otros formatos digitales. Generalmente cuenta con un periodo de caducidad.
- Radio digital/Digital Radio: Se refiere a la radiodifusión por aire o cable que usa formatos digitales.
- Rating: Indicador hora-diaria promedio que expresa una porción de personas que escucharon la radio por más de 15 minutos.
- Reportaje de investigación: Es un reportaje que cumple a cabalidad las características amplias del género periodístico. Es un trabajo de largo aliento, preciso, que contiene entrevistas, documentación, crónica, perfiles, hallazgos, información de fondo, seguimientos en el tiempo.
- Sitio Web: Es un espacio en Internet formado por un grupo de páginas con información contenida en un dominio que permite al usuario consultarla. El contenido de los sitios web está conformado por texto, imágenes, videos, animaciones y otros formatos digitales.
- Transmisión: Proceso mediante el cual una señal es transferida de un punto a otro ya sea por cables, ondas radioeléctricas u otros medios.

SIGLAS Y ABREVIATURAS

- AM Amplitud Modulada: Formato de transmisión de señal que emplea la banda de radiodifusión entre los 535 y los 1705 Kiloherzt
- HD: radio digital terrestre
- FM Frecuencia Modulada: Modelo de transmisión de señal electromagnética que emplea el rango de 88 a 108 Megahertz
- IMER: Instituto Mexicano de la Radio
- PIIMER: Programa Institucional del IMER 2014-2018
- PND: Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018
- PSE: Programa Sectorial de Educación 2013-2018
- SEP: Secretaría de Educación Pública
- SNN: Sistema Nacional de Noticiarios