



Programa Institucional 2014-2018

ÍNDICE

Marco Normativo.....	3
Capítulo I. Diagnóstico.....	4
Capítulo II. Alineación al Programa Sectorial de Educación 2013 - 2018.....	6
Capítulo III. Objetivos, estrategias y líneas de acción.....	7
Capítulo IV. Indicadores.....	10
Glosario.....	14
Siglas y acrónimos. Recursos y responsables de ejecución. Transparencia.....	15

MARCO NORMATIVO

El artículo 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos prevé la obligación del Estado de organizar un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, permanencia y equidad al crecimiento de la economía, para la independencia y la democratización política, social y cultural.

El artículo 2 de la Ley de Planeación dispone que ésta debe llevarse a cabo como un medio para el eficaz desempeño de la responsabilidad del Estado sobre el desarrollo integral y sustentable del país y deberá tender a la consecución de los fines y objetivos políticos, sociales, culturales y económicos contenidos en la Constitución.

El artículo 12 del mismo ordenamiento, consigna que los aspectos de la Planeación Nacional de Desarrollo que correspondan a las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal se llevarán a cabo, en los términos de esa Ley, mediante el Sistema Nacional de Planeación Democrática.

Por su parte, el artículo 16 de la Ley de Planeación faculta a las dependencias de la Administración Pública Federal a coordinar el desempeño de las actividades que en materia de planeación correspondan a las entidades paraestatales que se agrupen en el sector que, conforme a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, determine el Ejecutivo Federal, así como a elaborar los programas sectoriales.

El artículo 17 Ley de Planeación señala también como obligaciones de las entidades paraestatales, entre otras, participar en la elaboración de los programas sectoriales, mediante la presentación de las propuestas que procedan en relación con sus funciones y objeto, observando siempre las variables ambientales, económicas, sociales y culturales que incidan en su desarrollo; así como elaborar su respectivo programa institucional atendiendo a las previsiones contenidas en el programa sectorial correspondiente.

El artículo 24 del mismo ordenamiento dispone que los programas institucionales que deban elaborar las entidades paraestatales se sujeten a las previsiones contenidas en el Programa Nacional de Desarrollo 2013 – 2018, al Programa Sectorial de Educación 2013 – 2018 y se apegan a los lineamientos establecidos por la SHCP así como a la Guía correspondiente.

CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO

El IMER es la Radio Pública más importante del país, por su cobertura, tecnología y diversidad de contenidos.

A lo largo de los años, hemos encontrado deficiencias que han sido complicadas de subsanar por diversas razones; por ejemplo, en materia de comercialización, en los últimos años y especialmente en el 2013, ante la falta de mecanismos de control, de supervisión de ventas, de cobro de servicios, y de un inadecuado tabulador tarifario, no se alcanzó la meta de \$42,000,000 pesos. Solamente se cumplió con el 73% de lo programado.

Por otra parte, el año pasado se transmitieron 163,778 horas de programación con contenidos. El exceso de materiales producidos desequilibró la programación de las emisoras, al no responder al perfil de las estaciones, afectando el espectro radial del Instituto, ocasionando disminución de los niveles de audiencia, e incremento del gasto.

El IMER es responsable de proporcionar información objetiva, oportuna, veraz y de calidad, a través del Sistema Nacional de Noticiarios, que transmite exclusivamente por las emisoras del Instituto en los estados, limitando una mayor penetración en los centros poblacionales donde el IMER no tiene presencia.

A pesar de los esfuerzos por incrementar la participación social en la elaboración de contenidos, con la emisión de dos convocatorias de proyectos radiofónicos, y el apoyo brindado a organizaciones sociales, los resultados reflejan que los actores participantes, cerca del 90%, se focalizan en la ciudad de México.

En los últimos años, el IMER ha perdido su liderazgo como radio pública a nivel internacional, al no generar acuerdos o convenios que propiciaran la realización de actividades y transmisión de contenidos culturales con instituciones de otros países.

La capacitación brindada en el 2013 refleja que no se cumplió con los objetivos de profesionalizar a los trabajadores del IMER, y en algunos casos, los cursos en línea dirigidos al público en general no se alinearon a los objetivos del Instituto, aunado a que los indicadores no permitieron medir adecuadamente los esfuerzos realizados, ya que el indicador estaba representado por el número de sesiones de capacitación y no sobre el número de personal capacitado.

Los resultados de los estudios de audiencia se presentaban de manera general, sin favorecer la toma de decisiones en materia de programación y generación de contenidos. Además, no se contó con registro de audiencia de emisoras en los estados.

En materia de nuevas tecnologías de la información, hace falta disponer de herramientas que faciliten a la niñez y la juventud el acceso a contenidos, que fomenten una educación integral.

Con base en ésta problemática detectada, el IMER buscará a partir del 2014 y hasta el 2018 lo siguiente:

- Generar mayor captación de recursos propios a través de políticas donde se vea al Instituto no solamente como transmisor de contenidos, sino que se utilice de mayor y de mejor manera la infraestructura para la elaboración de programas, promocionales y cápsulas de la Administración Pública Federal, ya que contamos con los mejores estudios de grabación del país, con tecnología de punta. La meta en ventas, para el 2014 es de \$40,000,000.00.
- Producir mejores contenidos y campañas sociales.
- Equilibrar la programación musical con los contenidos hablados, de acuerdo con el perfil de cada emisora.
- Ampliar la cobertura de las emisiones de los noticiarios a través de la firma de convenios con instituciones educativas del país.
- Ampliar la difusión de las convocatorias de proyectos radiofónicos del Instituto, para propiciar una mayor participación ciudadana de las entidades federativas.
- Realizar convenios de colaboración e intercambios con otros países.
- Mejorar la capacitación de los empleados del IMER, a través de la realización de un estudio anual de detección de necesidades de capacitación del personal del Instituto. Diseñar un plan que comprometa al menos 40 horas de capacitación al año por cada mando medio y para 2014 se espera lograr la capacitación de al menos el 65% del personal de mando medio.
- Realizar estudios cuantitativos de audiencia mensuales, de rating, en emisoras del D. F., y de tres emisoras del IMER en los estados, cada semestre, ubicadas en Mérida, Tijuana y Ciudad Juárez.
- Realizar estudios cualitativos de opinión, de manera periódica, para conocer las preferencias y medir el interés y aceptación del radioescucha, así como el impacto de los mensajes transmitidos por el IMER.
- Utilizar las nuevas tecnologías de la información en favor de las políticas sectoriales y de un gobierno cercano tanto con el personal del Instituto como con la sociedad en general.

**CAPÍTULO II. ALINEACIÓN AL PROGRAMA SECTORIAL DE EDUCACIÓN
2013- 2018**

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 Meta Nacional “México con Educación de Calidad”

Objetivo 3.3 del PND “Ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos

Programa Sectorial de Educación 2013-2018: Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral

PROGRAMA SECTORIAL DE EDUCACIÓN			Objetivos Generales del IMER
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN	
Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral.	5.3 Fortalecer la identidad nacional a través de la difusión del patrimonio cultural y el conocimiento de la diversidad cultural	5.3.2. Difundir las expresiones de las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias, destacando su dinamismo y capacidad de innovación e interacción.	1. Crear contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias a fin de contribuir al fortalecimiento de la democracia.
		5.3.3. Considerar las aportaciones de las culturas locales como elementos enriquecedores de la educación.	
	5.4 Reforzar los canales de generación y acceso a bienes y servicios culturales para la población estudiantil	5.4.1. Desarrollar nuevos contenidos para niños y jóvenes en la radio y televisión culturales.	2. Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en niñas, niños y jóvenes radioescuchas.
			3. Promover a través de nuevas aplicaciones, diversos contenidos de interés cultural dirigidos a la niñez y juventud.

CAPÍTULO III. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

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

De acuerdo con los principios del IMER, es un compromiso ofrecer contenidos de calidad y con oportunidad, considerando las necesidades de la población, de los diferentes niveles socioeconómicos y etarios, para contribuir con el desarrollo de la sociedad y el fortalecimiento de las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias.

Estrategias

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

Líneas de acción

1.1.1. Producir campañas, series o programas de cultura popular e indígena, así como cubrir eventos en cada emisora.

1.1.2. Realizar campañas, series o programas de cultura urbana y comunitaria, así como cubrir eventos en cada emisora.

1.1.3. Alinear la programación de las emisoras del IMER conforme a metas nacionales establecidas en el PND y el PSE.

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

Líneas de acción

1.2.1. Producir y transmitir series radiofónicas sobre cultura popular e indígena, así como de la cultura de la civilidad.

1.2.2. Fortalecer la cultura archivística, para el resguardo del patrimonio documental y sonoro del Instituto.

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

Líneas de acción

1.3.1. Establecer convenios o acuerdos con medios públicos y/o académicos que permitan ampliar la cobertura.

1.3.2. Dar cobertura a los principales asuntos de coyuntura informativa nacional e internacional a fin de brindar una mejor información.

1.3.3. Elaborar, producir y transmitir materiales especiales de análisis y reportajes con temas de relevancia social.

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

Líneas de acción

1.4.1. Realizar investigación primaria y secundaria, para evaluar el desempeño de las emisoras y de la comunicación organizacional del IMER.

1.4.2. Identificar oportunidades y riesgos, en temas de interés de las diferentes direcciones del IMER, para la toma de decisiones.

1.4.3. Brindar información oportuna, para coadyuvar en el logro de las metas de difusión de la cultura y el arte.

Objetivo 2. Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en niñas, niños y jóvenes radioescuchas.

Una de las metas del IMER es acercar la radio a las audiencias infantiles y juveniles, con el propósito de complementar la educación que reciben en las aulas ofreciendo música, información, comentarios y espacios de expresión y desarrollo. El Instituto se ha destacado por contar con programas y con actividades destinadas para ellos, en diferentes emisoras. También se ha preocupado por abrir espacios para poblaciones vulnerables, por cuestiones de discapacidad y de género. Uno de los objetivos, en la actual administración, es ampliar la oferta en cantidad, pero sobre todo en calidad e interacción con los sectores de la población antes mencionados. Para asegurar el cumplimiento de éste objetivo, el Instituto capacitará al personal de mando responsable.

Estrategias

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

Línea de acción

- 2.1.1. Realizar y transmitir programas con la participación de personas e instituciones que aporten contenidos para público infantil y juvenil.
- 2.1.2. Producir series radiofónicas para la promoción de la cultura y el arte entre la niñez y la juventud.
- 2.1.3. Cubrir eventos culturales en los noticiarios, transmisiones especiales y cortes informativos a fin de promoverlos.
- 2.1.4. Emitir convocatorias para recibir propuestas de programas y contenidos de carácter artístico y cultural, para enriquecer la programación.
- 2.1.5. Establecer mecanismos transparentes que ayuden a generar los recursos financieros necesarios que requiere el Instituto, para cumplir con las metas de producción.

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

Las nuevas tecnologías abren constantemente nuevas posibilidades para experimentar formas innovadoras de promoción y difusión de contenidos. Es importante que el IMER las aproveche a fin de promover el arte y la cultura, para difundir conocimientos, estimular la imaginación y alentar la reflexión de la niñez y juventud, radioescuchas y cibernautas.

Estrategias

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

Líneas de acción

- 3.1.1 Diseñar y poner en marcha nuevos micrositos temáticos.
- 3.1.2 Actualizar los contenidos de los micrositos temáticos.

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

Líneas de acción

3.2.1. Ejecutar un programa de mantenimiento tecnológico en los equipos de audio de las emisoras y de los estudios de grabación.

3.2.2. Supervisar la operación técnica, para lograr la transmisión continua de las emisoras, y evitar problemas de recepción de las señales.

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

Líneas de acción:

3.3.1. Elaborar un plan anual de capacitación, para profesionalizar al personal de mando del IMER.

3.3.2. Capacitar al 95% del personal de mandos medios y superiores al 2018.

CAPÍTULO IV. INDICADORES

Ficha del indicador	
Elemento	Características
Indicador	1.1 Número de productos radiofónicos realizados y transmitidos
Objetivo del Programa	Objetivo 1. Crear contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias y contribuir al fortalecimiento de la democracia.
Descripción general	Este indicador mide los reportajes, programas, cápsulas, promocionales, eventos culturales, y controles remotos realizados fuera de cabina de transmisiones, que produce y transmite el IMER. Se relaciona con las estrategias 1.1., 1.2. y 1.3., del Objetivo 1.
Observaciones	El indicador es un número absoluto que indica el número de productos radiofónicos realizados y transmitidos por las emisoras del IMER.
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Reportes de las direcciones de Radiodifusoras, del Sistema Nacional de Noticiarios y de Producción y Programación. www.imer.mx
Referencias adicionales	La Dirección General del IMER es responsable de medir el avance del indicador.
Línea base 2014	Meta 2018
425	2,125 productos

Ficha del indicador	
Elemento	Características
Indicador	1.2 Número de convenios y contratos de colaboración establecidos.
Objetivo del Programa	Objetivo 1. Crear contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias y contribuir al fortalecimiento de la democracia.
Descripción general	Este indicador mide el número de convenios de colaboración y contratos establecidos con instituciones, para el logro de acciones y programas de promoción de la cultura y el arte. Este indicador se relaciona con las estrategias 1.3., del Objetivo 1.
Observaciones	El indicador es el número de convenios y/o contratos firmados.
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Reportes de la Dirección del Sistema Nacional de Noticiarios. www.imer.mx
Referencias adicionales	La Dirección General del IMER es responsable de medir el avance del indicador.
Línea base 2014	Meta 2018
2	10 convenios y/o contratos

Ficha del indicador	
Elemento	Características
Indicador	1.3 Reportes de desempeño.
Objetivo del Programa	Objetivo 1. Crear contenidos que promuevan las culturas populares, indígenas, urbanas y comunitarias y contribuir al fortalecimiento de la democracia.
Descripción general	Los reportes de los estudios cuantitativos y cualitativos, brindan información estratégica, para medir el desempeño de emisoras y programas, así como los hábitos y las opiniones de los radioescuchas. Incluyen información de imagen y comunicación organizacional del personal del IMER y necesidades de capacitación, entre otras variables. Este indicador se relaciona con la estrategia 1.4., del Objetivo 1.
Observaciones	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. El indicador está condicionado a la posibilidad de contratar los servicios especializados para medir la audiencia. TRDR = ECE + ERI Donde TRDR = Total de reportes de desempeño realizados ECE = Reportes contratados a la empresa que presta servicios de medición de audiencias ERI = Reportes de audiencia realizados por el IMER
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Reportes de la Dirección de Investigación. www.imer.mx
Referencias adicionales	La Dirección General del IMER es responsable de medir el avance del indicador.
Línea base 2014	Meta 2018
35	175

Ficha del indicador	
Elemento	Características
Indicador	2.1 Número de productos radiofónicos realizados y transmitidos
Objetivo del Programa	Objetivo 2. Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en la niñez y la juventud radioescucha.
Descripción general	Este indicador mide los reportajes, programas, cápsulas, promocionales, eventos culturales, y controles remotos realizados fuera de cabina de transmisiones, que produce y transmite el IMER. Se relaciona con la estrategia 2.1., del Objetivo 2.
Observaciones	El indicador es un número absoluto que indica el número de productos radiofónicos realizados y transmitidos por las emisoras del IMER.
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Reportes de las direcciones de Radiodifusoras, del Sistema Nacional de Noticiarios y de Producción y Programación. www.imer.mx
Referencias adicionales	La Dirección General del IMER es responsable de medir el avance del indicador.
Línea base 2014	Meta 2018
49	245 productos

Ficha del indicador	
Elemento	Características
Indicador	2. 2 Número de convocatorias públicas emitidas.
Objetivo del Programa	Objetivo 2. Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en la niñez y la juventud radioescucha.
Descripción general	Este indicador mide el número de convocatorias de proyectos de radio emitidas al año por el IMER. Este indicador se relaciona con la estrategia 2.1., del Objetivo 2.
Observaciones	El indicador corresponde al número de convocatorias emitidas con el propósito de promover la participación creativa en beneficio de la sociedad.
Periodicidad	Semestral.
Fuente	Reportes de las Direcciones de Radiodifusoras y Producción y Programación. www.imer.mx
Referencias adicionales	La Dirección General del IMER es responsable de medir el avance del indicador.
Línea base 2014	Meta 2018
2	10

Ficha del indicador	
Elemento	Características
Indicador	2.3 Ventas.
Objetivo del Programa	Objetivo 2. Ampliar la oferta radiofónica para promover la cultura y el arte en la niñez y la juventud radioescucha.
Descripción general	El indicador mide el recurso económico generado por el Instituto para el logro de las metas de producción. Este indicador se relaciona con la estrategia 2.1., acción 2.1.5., del Objetivo 2.
Observaciones	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. $PVR = (TVAR / TVM) \times 100$ Donde PVR = Porcentaje de ventas realizadas TVAR = Total de ventas anuales realizadas TVM = Total de ventas meta
Periodicidad	Trimestral
Fuente	Dirección de Comercialización y Mercadotecnia. www.imer.mx
Referencias adicionales	La Dirección General del IMER es responsable de medir el avance del indicador.
Línea base 2014	Meta 2018
\$40 millones	\$200 millones

Ficha del indicador	
Elemento	Características
Indicador	3.1 Número de micrositos temáticos del sitio Web del IMER diseñados y actualizados.
Objetivo del Programa	Objetivo 3. A través de nuevas aplicaciones, promover contenidos de arte y cultura dirigidos a la niñez y la juventud.
Descripción general	Este indicador mide el número de micrositos diseñados y actualizados periódicamente, que forman parte de la difusión de contenidos que ofrece el IMER a los cibernautas que visitan su página principal y/o escuchan las emisoras por Internet. Los micrositos incluyen información, imágenes y audios a disposición de los cibernautas. Este indicador se relaciona con la estrategia 3.1., del Objetivo 3.
Observaciones	El indicador es un número absoluto que se compone de la siguiente forma: $MTT = MTD + MTA$ Donde MTT = Micrositos temáticos totales MTD = Micrositos temáticos diseñados MTA = Micrositos temáticos actualizados
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Reportes de la Dirección de Investigación. www.imer.mx
Referencias adicionales	La Dirección General del IMER es responsable de medir el avance del indicador.
Línea base 2014	Meta 2018
2	10

Ficha del indicador	
Elemento	Características
Indicador	3.2 Porcentaje de personal de mando capacitado.
Objetivo del Programa	Objetivo 3. Promover a través de nuevas aplicaciones, diversos contenidos de interés cultural dirigidos a la niñez y juventud.
Descripción general	El indicador mide el porcentaje de personas de mando capacitado comprometido con el Programa para un Gobierno Cercano y Moderno, que compromete la capacitación de mandos medios y superiores al 95% en el 2018.

	Este indicador se relaciona con la estrategia 3.3., del Objetivo 3.
Observaciones	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
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Reportes de la Dirección de Investigación. www.imer.mx
Referencias adicionales	La Dirección General del IMER es responsable de medir el avance del indicador.
Línea base 2014	Meta 2018
65%	95%

GLOSARIO

Recogemos a continuación términos vinculados al quehacer radiofónico 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 ética del IMER:** Principal documento de autorregulación del Instituto en el cual se expresan las más relevantes directrices a seguir en el desempeño de las funciones institucionales.
- **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 permitida:** 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.
- **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 ACRÓNIMOS

- **AM Amplitud Modulada:** Formato de transmisión de señal que emplea la banda de radiodifusión entre los 535 y los 1705 kilohertz
- **FM Frecuencia Modulada:** Modelo de transmisión de señal electromagnética que emplea el rango de 88 a 108 megahertz
- **IMER** Instituto Mexicano de la Radio
- **PND** Plan Nacional de Desarrollo
- **PSE** Programa Sectorial de Educación
- **SEP** Secretaría de Educación Pública
- **SNN** Sistema Nacional de Noticiarios

RECURSOS Y RESPONSABLES DE EJECUCIÓN

La estimación de los recursos para la ejecución del Programa Institucional IMER 2014-2018, estará determinada en los Proyectos de Presupuesto que anualmente sean presentados por el Instituto Mexicano de la Radio y quedarán sujetos a la disponibilidad de recursos.

Los instrumentos y responsables de la ejecución del Programa se determinan conforme a las facultades y atribuciones establecidas en el Estatuto Orgánico del Instituto Mexicano de la Radio.

TRANSPARENCIA

El Programa Institucional del IMER 2014-2018 y su seguimiento estarán disponibles en la página de Internet del Instituto Mexicano de la Radio www.imer.mx