



RADIO CUTIVALÚ



MEMORIA INSTITUCIONAL

PIURA – 2024

RESUMEN EJECUTIVO

A los socios de la Junta de Socios y al público en general

Radio Cutivalú, fundada en 1986 en Piura, presenta su Memoria Institucional 2024, un testimonio de su compromiso con la comunicación popular, participativa y transformadora en el norte del Perú. Durante casi cuatro décadas, la emisora ha dado voz a comunidades marginadas, promoviendo ciudadanía, equidad de género, ecología integral y derechos humanos en un contexto de desafíos sociales, políticos y tecnológicos. Este resumen destaca los principales logros de 2024, los avances estratégicos y las proyecciones para 2025, reafirmando el rol de Cutivalú como actor clave en el desarrollo regional.

Historia y Misión

Inspirada en el cacique tallán Lucas Cutivalú, Radio Cutivalú nació para descentralizar la información y empoderar a las mayorías excluidas. Desde su fundación por la Compañía de Jesús, ha evolucionado de una emisora rural a una multiplataforma que combina radio (630 AM y 107.9 FM), web (www.cutivalu.pe) y redes sociales, alcanzando audiencias nacionales e internacionales. Su misión es comunicar y educar para construir una sociedad justa, equitativa y respetuosa con la naturaleza, priorizando a los más vulnerables.

Logros 2024

En 2024, Radio Cutivalú consolidó su impacto a través de una gestión estructurada y proyectos alineados con su Plan Estratégico Institucional 2022-2026. Los principales resultados incluyen:

- **Contenidos y Participación:** La programación, con alta participación de la audiencia (71,700 personas interactuando y 3.4 millones de alcance anual), fortaleció el posicionamiento digital, especialmente en Facebook. Se capacitó al 50% de los corresponsales en producción de contenidos analógicos y digitales, y se involucró a 3,000 estudiantes en debates descentralizados, promoviendo la reflexión sobre temas sociales.
- **Incidencia y Desarrollo Social:** Se crearon 11 redes de mujeres en igual número de distritos, capacitando a 350 mujeres y acompañando a más de 200 víctimas de violencia. Se entregaron 81 capitales semilla para emprendimientos femeninos, y 138 líderes comunitarios fueron formados en prevención de la trata de personas, integrando esta temática en 6 Comités Distritales de Seguridad Ciudadana.
- **Gestión Financiera:** Pese a dificultades económicas, se formularon 8 proyectos, de los cuales 4 obtuvieron financiación, generando S/1,299,494.55 en ingresos por cooperación internacional. Las ventas de marketing alcanzaron S/796,339.33, superando las metas de 2023, aunque se ajustaron gastos debido a proyecciones no cumplidas.
- **Innovación y Alianzas:** Se lanzó “Conexiones Juveniles”, un programa transmedia para adolescentes, y se firmaron convenios con instituciones como la Clínica San Juan de Dios para mejorar el clima laboral. Las alianzas con

organizaciones como Misereor, Manos Unidas y Cementos Pacasmayo fortalecieron los proyectos sociales.

Desafíos y Medidas

Las principales dificultades incluyeron la falta de personal, infraestructura técnica limitada y una red de corresponsales reducida. Se propusieron soluciones como la contratación de personal especializado, la adquisición de equipos (transmisores, micrófonos) y la renovación paulatina de corresponsales. En el ámbito institucional, la alta rotación en gobiernos locales y la carencia de recursos materiales fueron abordadas con capacitaciones, reorganizaciones de cronogramas y coordinaciones permanentes.

Proyecciones 2025.

Para 2025, Radio Cutivalú se proyecta como una radiovisual líder, posicionada entre los cinco medios más influyentes de Piura. Las prioridades incluyen:

- **Contenidos:** Innovar formatos para millennials, optimizar plataformas digitales y ampliar la cobertura descentralizada.
- **Incidencia Social:** Fortalecer redes de mujeres, expandir programas de empoderamiento económico y prevención de la violencia, y consolidar la lucha contra la trata de personas.
- **Sostenibilidad:** Diversificar ingresos propios mediante nuevas líneas de negocio (publicidad digital, consultorías) y gestionar un presupuesto equilibrado.
- **Infraestructura:** Mejorar la transmisión AM/FM, actualizar la web y reactivar el aplicativo móvil.
- **Alianzas:** Ampliar colaboraciones con el sector privado, educativo y de cooperación internacional para maximizar el impacto social.

Conclusión

Radio Cutivalú reafirma su compromiso con la transformación social desde el desierto piurano, dando voz a los sin voz y promoviendo una sociedad más inclusiva y democrática. Agradecemos a nuestros socios, colaboradores y audiencias por su apoyo continuo, e invitamos a seguir construyendo juntos un futuro de justicia, solidaridad y esperanza.

Wilmer Fernández Ramírez
Director, Radio Cutivalú

1. PRESENTACIÓN DE CUTIVALÚ.

1.1. HISTORIA Y CRONOLOGÍA.

Radio Cutivalú, fundada oficialmente el 24 de octubre de 1986 en Piura, nace con la misión de llenar un vacío de comunicación para las grandes mayorías de la región norte del Perú. Su creación fue impulsada por la Compañía de Jesús y un grupo de comunicadores y líderes sociales, en un contexto marcado por la violencia política, la centralización informativa en Lima y la marginación de las poblaciones rurales y urbanas periféricas.

El nombre “Cutivalú” es un homenaje a Lucas Cutivalú, cacique tallán del siglo XVI que defendió los derechos de su comunidad sobre la tierra en San Juan Bautista de Catacaos. Esta elección simboliza el compromiso de la radio con la defensa de los derechos colectivos y la identidad regional.

Desde sus inicios, Radio Cutivalú se propuso como una emisora participativa, educativa y descentralizadora. Su programación estuvo orientada a informar, educar y entretener a hombres y mujeres de zonas rurales y urbano-marginales, promoviendo la participación activa de campesinos, mujeres y jóvenes en la producción de contenidos y el debate público. La radio se caracterizó por salir a la calle y al campo para recoger directamente la voz de las comunidades, descentralizando así la producción informativa.

Durante sus primeros años, enfrentó serias dificultades técnicas, especialmente por la falta de energía eléctrica estable, lo que obligó a la adquisición de generadores propios y a una larga campaña que culminó en 1992 con la interconexión eléctrica regional.

Radio Cutivalú se consolidó como un actor social y político, promotor del desarrollo regional con inclusión e igualdad de género. Se convirtió en un medio alternativo y democrático, donde los sectores excluidos y vulnerables encontraron un espacio para expresarse y fortalecer su ciudadanía. La emisora impulsó proyectos de comunicación para el desarrollo, orientados a promover la educación, la cultura y la participación en los procesos económicos y sociales, especialmente en los gobiernos locales.

Su archivo musical, estudiado por especialistas como Fernando Ríos Correa, es considerado un patrimonio cultural de la región, al conservar grabaciones inéditas y colecciones únicas de música popular, como los primeros registros de Corazón Serrano.

La radio ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos y de consumo mediático, transmitiendo en 630 AM (cobertura rural) y 107.9 FM (urbana), y expandiendo su señal a través de una red de radios locales en toda la región Piura. En la década del 2010, ha incursionado en plataformas digitales y redes sociales, ampliando su alcance e interacción con la audiencia. Con el avance de internet, Radio Cutivalú lanza su sitio web (www.cutivalu.pe) y comienza a transmitir en línea, alcanzando una audiencia global. La emisora adapta su programación para incluir formatos digitales, como streaming y contenido bajo demanda, sin perder su esencia comunitaria. Se organizan

conversatorios y eventos, como el conversatorio histórico de 2021 sobre el Bicentenario del Perú, reforzando su rol educativo.

Actualidad. Hoy, Radio Cutivalú sigue siendo una institución líder en comunicación popular, participativa y promotora de ciudadanía. Mantiene su compromiso con la transformación social, la defensa de los derechos humanos y la construcción de una sociedad más justa e inclusiva. Su historia es la de un medio que, desde el desierto piurano, ha sabido dar voz a los sin voz y contribuir al desarrollo democrático y cultural de la región y el país.

Cronología de Radio Cutivalú

- ✓ **1972:** Fundación del Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA) en Piura, Perú, con enfoque en la investigación de problemas del campesinado y la promoción de organizaciones campesinas. Este organismo, impulsado por sacerdotes jesuitas y laicos, sienta las bases para el surgimiento de Radio Cutivalú, participando activamente en movilizaciones campesinas y congresos.
- ✓ **1982-1983:** El Fenómeno El Niño devasta la región de Piura, generando una crisis que refuerza la necesidad de un medio de comunicación para abogar por los derechos de la población afectada. Radio Cutivalú, bajo la dirección de Rolando Ojeda, junto al arzobispo Oscar Cantuarias Pastor, incide para conseguir el canon petrolero para la región.
- ✓ **1986:** Fundación oficial de Radio Cutivalú como una emisora educativa y cultural promovida por la Compañía de Jesús, con el lema “La voz del desierto”. Sus fundadores incluyen a Jesús Rolando Ojeda Seminario, Merche Ruiz-Giménez, Carmen Puello, Vicente Santuc y Monseñor Oscar Cantuarias Pastor. La planta de transmisión se instala en una zona desértica junto a la Universidad de Piura, con un enfoque en la creación de conciencia cívica y el rescate de la riqueza cultural piurana. La emisora adopta el nombre de Lucas Cutivalú, cacique tallán que en 1548 defendió los derechos territoriales de su comunidad.
- ✓ **1986-1990:** Primeros años de operación, enfocados en programas informativos, culturales y educativos. La emisora desarrolla noticieros con fuerte énfasis en información local, contando con corresponsales en diversas partes de la región para ampliar su cobertura. Los ejes temáticos incluyen salud, identidad cultural, derechos humanos, medio ambiente y equidad de género como eje transversal.
- ✓ **1996:** Se establece la asociación de corresponsales de Radio Cutivalú, con Evaristo Chunga como primer presidente, fortaleciendo la red de información regional. Rolando Ojeda y Marissa Remy, del CIPCA, lideran este proceso.
- ✓ **2005:** Publicación del artículo “*Cutivalú, una radio participativa en busca de la descentralización*” por Rodolfo Aquino Ruiz, destacando el rol de la emisora en la descentralización política, económica e informativa del Perú, promoviendo participación ciudadana y gobernabilidad local.
- ✓ **2009:** Lanzamiento del blog oficial de Radio Cutivalú, donde se resalta su misión y el origen de su nombre, vinculado a la valorización de la cultura y tradición piurana.

- ✓ **2013:** Publicación del artículo académico *“Memoria desde el desierto: los primeros años de Radio Cutivalú, en la voz de quienes la hicieron”* por James Dettleff, detallando la historia inicial de la emisora a través de testimonios de sus protagonistas. Consolidando el relato histórico de la emisora y su impacto en la comunidad.
- ✓ **2017:** Expansión digital de Radio Cutivalú con una presencia más sólida en la web, ofreciendo transmisiones en vivo a través de su sitio oficial (cutivalu.pe) y plataformas como VLC. La emisora opera en las frecuencias 630 AM y 107.9 FM en Piura.
- ✓ **2021:** Fallecimiento de Jesús Rolando Ojeda Seminario, cofundador y primer director de Radio Cutivalú, el 20 de julio. Su legado es recordado por su compromiso con los más necesitados y su rol en posicionar a la emisora como un actor social clave en Piura.
- ✓ **2024:** Hasta abril de 2025, Radio Cutivalú se ha convertido en un medio de comunicación educativa y cultural con mayor cobertura y prestigio en Piura, operando en 630 AM, 107.9 FM y a través de su multiplataforma digital. Continúa desarrollando acciones en espacios sociales, culturales, económicos y políticos, manteniendo su misión de servir a las comunidades más vulnerables y promover la identidad piurana.

1.2. PLAN INSTITUCIONAL ESTRATÉGICO

1.2.1. Visión. Ser una radiovisual de comunicación popular, plural y participativa que acompaña en sus luchas por una mejor calidad de vida a los ciudadanos y las ciudadanas, especialmente a pobres y excluidos. Estamos posicionados como promotores de ciudadanía, ecología integral y equidad de género, que tiene credibilidad y es referente de la información regional. Actúa en diálogo con los conocimientos, intereses y demandas de nuestras audiencias, y da atención preferencial a las y los millennials. Somos un medio con alcance nacional. Estamos ubicados entre los cinco primeros medios con mayor audiencia, alcance e influencia en la región de Piura. Organizacional y económicamente sostenible.

1.2.2. Misión. Comunicar y educar para la movilización y transformación en la construcción de una sociedad más justa, equitativa, respetuosa de la naturaleza, formando personas responsables en el ejercicio de su ciudadanía, tendiendo puentes en vistas a un Perú más justo, reconciliado y democrático.

1.2.3. Valores

1) Informa con ética, pluralidad y veracidad.

Es el compromiso periodístico que prioriza la ética que garantiza un manejo responsable, transparente y respetuoso de la información, evitando sesgos, manipulaciones o intereses que perjudiquen a la sociedad. La pluralidad implica dar voz a todas las perspectivas, especialmente a grupos históricamente marginados, como mujeres, comunidades indígenas y poblaciones vulnerables, promoviendo una representación equitativa y diversa. La veracidad asegura que

la información sea precisa, verificada y confiable, contribuyendo a una ciudadanía informada.

2) Dialoga permanentemente con los actores sociales.

Este compromiso significa construir puentes entre saberes diversos, priorizando la inclusión y la justicia. Este diálogo, arraigado en la cultura piurana, se nutre de la equidad de género para empoderar a las mujeres, de la ecología integral para cuidar la "casa común", de la democracia participativa para fortalecer la ciudadanía activa y de los derechos humanos para garantizar la dignidad de todos. Así, Radio Cutivalú se consolida como un espacio de encuentro que transforma realidades a través de la comunicación y el respeto mutuo. El proceso es continuo, inclusivo y dinámico de interacción, escucha activa y colaboración con diversos sectores de la sociedad (organizaciones, comunidades, líderes, instituciones, ciudadanos) para construir soluciones colectivas a problemáticas comunes. Radio Cutivalú tiene el compromiso de establecer un diálogo de saberes, un enfoque que valora y articula los conocimientos tradicionales, populares y académicos para promover el desarrollo sostenible y la justicia social en la región de Piura.

3) Camina junto a los pobres, excluidos y vulnerables.

Es el compromiso ético y social de acompañamiento solidario con las personas y comunidades que enfrentan condiciones de pobreza, marginalidad o exclusión. En el contexto de Radio Cutivalú, este principio, inspirado en la misión de la Compañía de Jesús y los valores cristianos, implica priorizar a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, amplificando sus voces, defendiendo sus derechos y promoviendo su dignidad. Este caminar no es asistencialista, sino transformador: busca empoderar a estas comunidades mediante la educación, la participación activa y la incidencia en políticas públicas, con un enfoque en la justicia social.

Para Radio Cutivalú, este principio se traduce en una opción preferencial por los sectores más vulnerables de Piura, entendida como una elección deliberada de trabajar por y con aquellos que sufren mayores carencias materiales, sociales y políticas. Esta opción no solo responde a las necesidades inmediatas, sino que aborda las causas estructurales de la desigualdad, promoviendo cambios sistémicos a través de la comunicación participativa.

4) Promueve solidaridad y reconciliación.

Es el compromiso activo de fomentar los principios y valores comunitarios, la unidad, la empatía y la cooperación entre individuos y comunidades, buscando superar divisiones sociales, políticas y culturales para construir una sociedad más justa, inclusiva y cohesionada. Promovemos los espacios de encuentro, Cutivalú es un espacio de encuentro. Hacemos comunicación popular de intermediación para una sociedad que fortalece sus espacios comunitarios y colectivos. En el contexto de las crisis sociales del Perú, caracterizadas por una sociedad fragmentada, fuerte individualismo, y discursos de odio y discriminatorios, "promover la solidaridad y la reconciliación" en el Perú significa

superar la fragmentación y el odio mediante la cooperación, el diálogo y el respeto a la diversidad, integrando equidad de género, sostenibilidad ambiental, participación democrática y derechos humanos para una sociedad más justa.

5) Comprometida con el cuidado de las personas y la creación.

Es el compromiso ético y activo de proteger la dignidad, el bienestar y los derechos de todas las personas, al tiempo que se preserva y respeta el medio ambiente como parte integral de la existencia humana. En el contexto de las crisis sociales del Perú, especialmente la desintegración psicológica producida por la pandemia, este principio promueve una comunicación que fomente la empatía, contrarreste el egoísmo y abogue por una ecología humanizada. Se sustenta en los enfoques de equidad de género, ecología integral, democracia participativa y derechos humanos, buscando una sociedad más justa, solidaria y sostenible.

6) Audaz, innovadora, sin temor al cambio.

Compromiso de Radio Cutivalú para adoptar cambios tecnológicos, TIC y transformaciones de la realidad nacional peruana, mediante soluciones creativas que promuevan el desarrollo. Refleja un aprendizaje permanente, integrando equidad de género, ecología integral, democracia participativa y derechos humanos en un contexto de desafíos sociales y digitales.

- ✓ **Audacia:** desafiar barreras sociales y tecnológicas con iniciativas transformadoras. Ejemplo: programas radiales que aborden violencia de género o usen redes sociales para audiencias jóvenes.
- ✓ **Innovación:** crear formatos y herramientas novedosas usando TIC para amplificar el impacto. Ejemplo: podcasts educativos sobre agricultura sostenible para comunidades rurales.
- ✓ **Sin temor al cambio:** adaptarse con flexibilidad, fomentando aprendizaje continuo en el equipo y la audiencia. Ejemplo: capacitar corresponsales en herramientas digitales o experimentar con debates en línea.

1.2.4. Objetivos institucionales.

1.2.4.1. Objetivo general. Fortalecer a Cutivalú como un actor social y político con una propuesta radio visual de comunicación popular, promotora de vigilancia y participación ciudadana, ecología integral y equidad de género, utilizando la innovación y transformación digital.

1.2.4.2. Objetivos específicos.

- OE1: Producir contenidos analógicos (off line) y digitales (on line), participativos, interactivos y articulados en una única propuesta radio visual, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de los y las ciudadanas, en diálogo con sus diversas audiencias, especialmente con las y los millennials, respondiendo a sus intereses, demandas y expectativas.

- OE2: Generar y consolidar escenarios de comunicación participativos, interculturales e intergeneracionales que fomentan debate, participan todas las voces y responden a las nuevas estéticas y los nuevos consumos, contribuyendo con procesos de diálogo, intercambio y concertación de intereses de los distintos públicos, lo que exige salir a la calle, a las periferias, fuera de los estudios y construir incidencia colectiva.
- OE3: Gestionar contenidos analógicos (off line) y digitales (on line) para una radio visual, social y guiada asociada con el diálogo, la participación y la interacción de audiencias interculturales e intergeneracionales, especialmente, millennials y personas excluidas y en situación de vulnerabilidad.
- OE4: Desarrollar alianzas estratégicas y/o relaciones sostenidas con públicos objetivos y grupos de interés de la sociedad civil, empresas y estado, consolidando relaciones con sus principales stakeholders.
- OE5: Garantizar el talento humano, infraestructura, tecnología y presupuesto necesario para el cumplimiento de los objetivos 4 estratégicos, a partir de una gestión por resultados eficiente, efectiva y medible.

1.2.4. Transversales. Cutivalú prioriza los siguientes ejes transversales (Ver documento Transversales de Radio Cutivalú):

i) Democracia. En el contexto de Radio Cutivalú como proyecto de comunicación popular, la **democracia** como eje transversal se define como el compromiso ético y práctico de promover una participación ciudadana activa, inclusiva y equitativa en los procesos comunicativos, sociales y políticos, con el objetivo de fortalecer la ciudadanía y construir una sociedad más justa, plural y participativa. Este principio se articula en la misión de la emisora de dar voz a los sectores excluidos, especialmente a poblaciones rurales, urbano-marginales, mujeres, jóvenes comunidades y vulnerables, fomentando su involucramiento en el debate público y la toma de decisiones.

ii) Ecología Integral. La ecología integral, como eje transversal del proyecto de comunicación popular de Radio Cutivalú, se define como un enfoque holístico que integra la sostenibilidad ambiental, la justicia social, la equidad de género, la participación democrática y el respeto por los derechos humanos en la producción de contenidos y las acciones de incidencia social. Inspirado en la encíclica Laudato Si' del Papa Francisco y adaptada al contexto de la región Piura, este principio reconoce la interconexión entre el cuidado de la "casa común" (el medio ambiente), el bienestar de las personas y la construcción de una sociedad más justa e inclusiva.

iii) Equidad de Género. La equidad de género, como eje transversal del proyecto de comunicación popular de Radio Cutivalú, se define como el compromiso ético y estratégico de promover la igualdad de derechos, oportunidades y trato entre mujeres, hombres y personas de diversas

identidades de género, integrando esta perspectiva en todas las dimensiones de su trabajo comunicativa, educativa y de incidencia social. Este enfoque busca erradicar las desigualdades estructurales, visibilizar las voces de grupos históricamente marginados —especialmente mujeres, comunidades indígenas de Piura (comuneros/as y afrodescendientes) y poblaciones vulnerables— y fomentar relaciones de poder justas y equitativas en la región de Piura y más allá.

iv) Innovación y transformación digital. En el contexto de Radio Cutivalú, como proyecto de comunicación popular, el eje transversal de **Innovación y Transformación Digital** se define como el compromiso estratégico y dinámico de integrar tecnologías de la información y comunicación (TIC), junto con enfoques creativos y adaptativos, para potenciar la misión de informar, educar y movilizar a las comunidades, especialmente a las más vulnerables, en la construcción de una sociedad más justa, equitativa e inclusiva. Este eje permea todas las acciones institucionales, desde la producción de contenidos hasta la gestión organizacional, asegurando que la emisora se mantenga relevante, accesible y participativa en un entorno mediático y social en constante cambio. La Innovación y Transformación Digital en Radio Cutivalú es un pilar estratégico que impulsa la evolución de la comunicación popular, asegurando que la emisora continúe siendo un puente de diálogo, un espacio de inclusión y un motor de cambio social en la región y más allá.

3.2.4. Ejes Temáticos. Cutivalú prioriza 5 ejes temáticos para el desarrollo de sus contenidos en su programación.

- 1) Vigilancia y participación ciudadana.
- 2) Cambio climático y Gestión de riesgos.
- 3) Violencia contra la mujer.
- 4) Migración y trata de personas.
- 5) Primera infancia y desarrollo infantil.

Estas priorizaciones no son exclusivas, puesto que el proyecto mantiene la información sobre todo tema que atañe a la población de Piura y del País. En el desarrollo del área de Incidencia y Desarrollo social Cutivalú desarrolla de manera específica proyectos en los ejes temáticos 3 y 4. Los otros contenidos se desarrollan en la programación de la Multiplataforma radial o desarrollo de área de Contenidos y participación.

2. INFORME DE GESTIÓN INSTITUCIONAL 2024.

2.1. SISTEMA DE GESTIÓN INSTITUCIONAL DIRECCIÓN.

Radio Cutivalú, comprometida con el servicio a su comunidad, se organiza en dos áreas fundamentales que garantizan su sostenibilidad social, política y económica, alineadas con su misión de comunicación popular y transformación social en la región de Piura.

1) Área de Contenidos y Participación

Esta área es el pilar del proyecto comunicacional de Cutivalú, encargada de articular el Proyecto Político Comunicacional a través de la producción de contenidos educativos, informativos y de entretenimiento. Su objetivo es fomentar la participación activa de la población meta mediante una multiplataforma de comunicación que incluye Radio 630 AM, Radio 107.9 FM, aplicativo móvil, streaming en línea, página web (www.cutivalu.pe), y redes sociales como Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y TikTok. Esta diversidad de canales asegura un alcance amplio y una interacción constante con las audiencias, promoviendo la inclusión, el diálogo y la ciudadanía activa.

2) Área de Incidencia y Desarrollo Social

El Área de Incidencia y Desarrollo Social se dedica a la formación y empoderamiento de las poblaciones más vulnerables de Piura, mediante la ejecución de proyectos financiados por cooperación internacional. Prioriza dos ejes temáticos enmarcados en la lucha contra la violencia hacia las mujeres: la prevención de la violencia de género y la lucha contra la trata de personas. Las actividades de esta área, denominadas "escenarios de comunicación", incluyen talleres, campañas de sensibilización, jornadas de formación y reuniones con autoridades, diseñadas para generar impacto social y fortalecer la participación comunitaria.

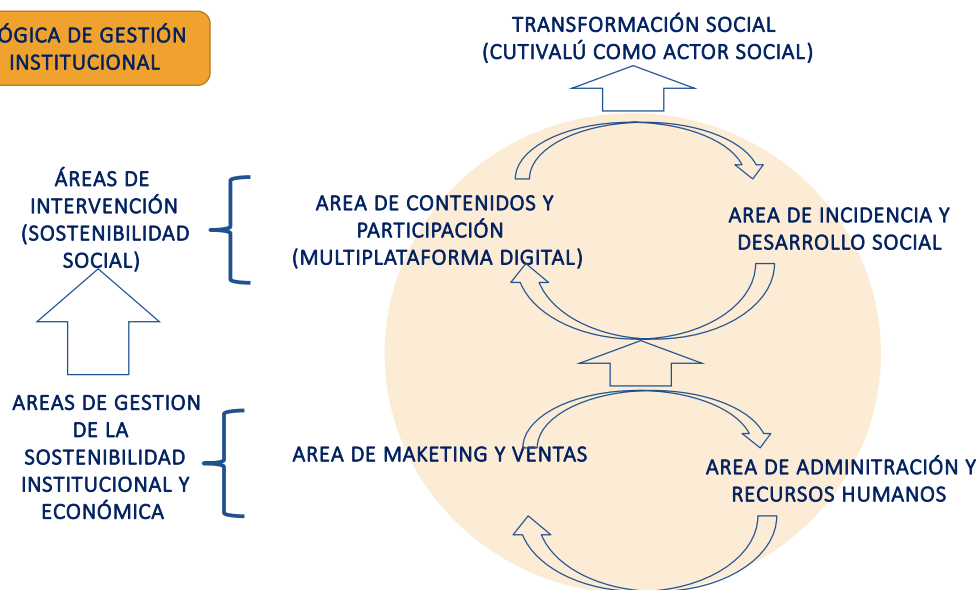
3) Oficinas de Soporte Institucional

Para respaldar el funcionamiento de estas áreas, Cutivalú cuenta con dos oficinas clave:

- **Oficina de Marketing:** Responsable de generar ingresos propios mediante la comercialización de servicios comunicacionales y la gestión de alianzas estratégicas. Esta oficina desempeña un rol crucial en la sostenibilidad económica, asegurando recursos para las operaciones de la emisora.
- **Oficina de Administración y Recursos Humanos:** Encargada de la gestión eficiente de los recursos económicos, el bienestar del personal y la administración institucional. Trabaja en coordinación con la Dirección para garantizar la sostenibilidad política e institucional.

Bajo el liderazgo del Director, estas oficinas colaboran para consolidar la misión de Cutivalú, asegurando que la institución mantenga su relevancia como un actor social y político en Piura, comprometido con la justicia, la equidad y el desarrollo comunitario.

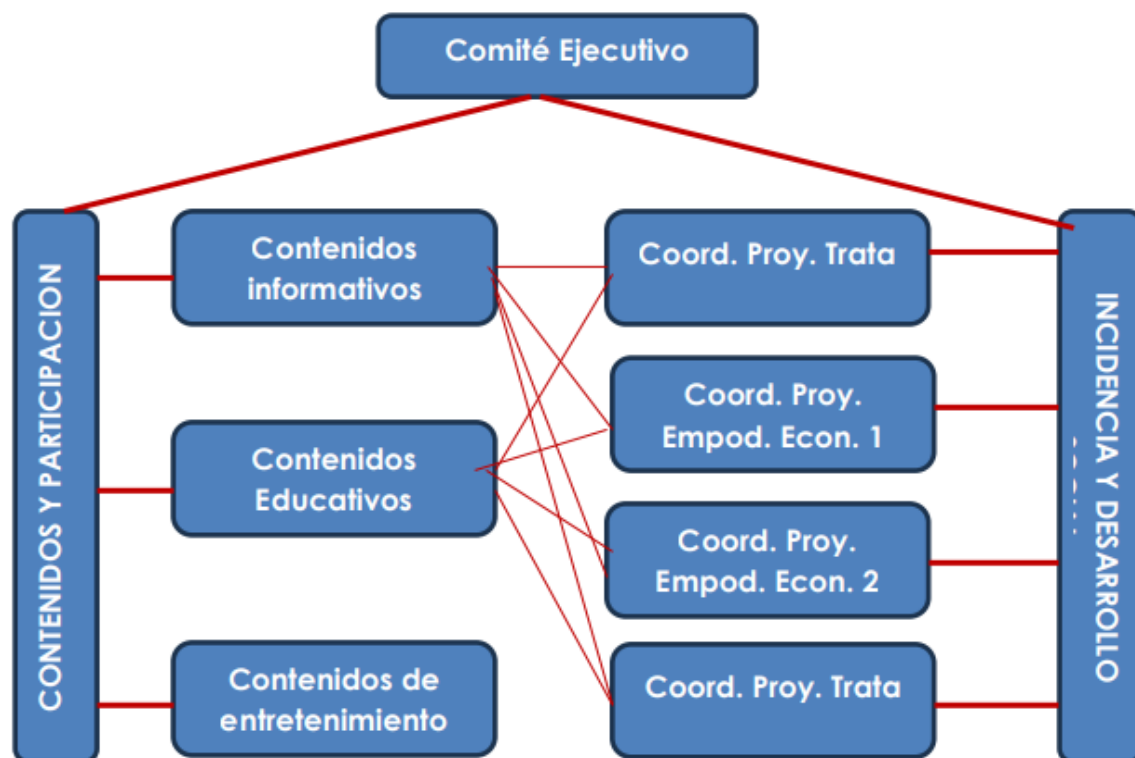
LÓGICA DE GESTIÓN INSTITUCIONAL



2.1.1. COMITÉ EJECUTIVO. Instancia ejecutiva que acompaña al Directo en el gobierno e implementación diaria de las actividades de la institución. Se ha reunido semanalmente los días lunes por la mañana para revisar la agenda semanal de la institución y para analizar, discernir decisiones importantes institucionales. Esta constituido de la siguiente manera:

EL COMITÉ EJECUTIVO 2024:

1. Wilmer Fernández Ramírez (Director)
2. Verónika Chuyes Feria (Responsable de Marketing)
3. Gladys reyes Mondragón (Coordinadora de Contenidos y Participación)
4. Ortelia Valladolid Bran (Coordinadora de Incidencia y Participación)
5. Oscar Altamirano Ayala (Responsable de Unidad Informativa)
6. María Luisa Calva (Secretaria)
7. Juan Carlos Murguía (Administrador)



2.1.2. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES Y PERSONAL 2024. El personal estuvo distribuido de la siguiente manera:

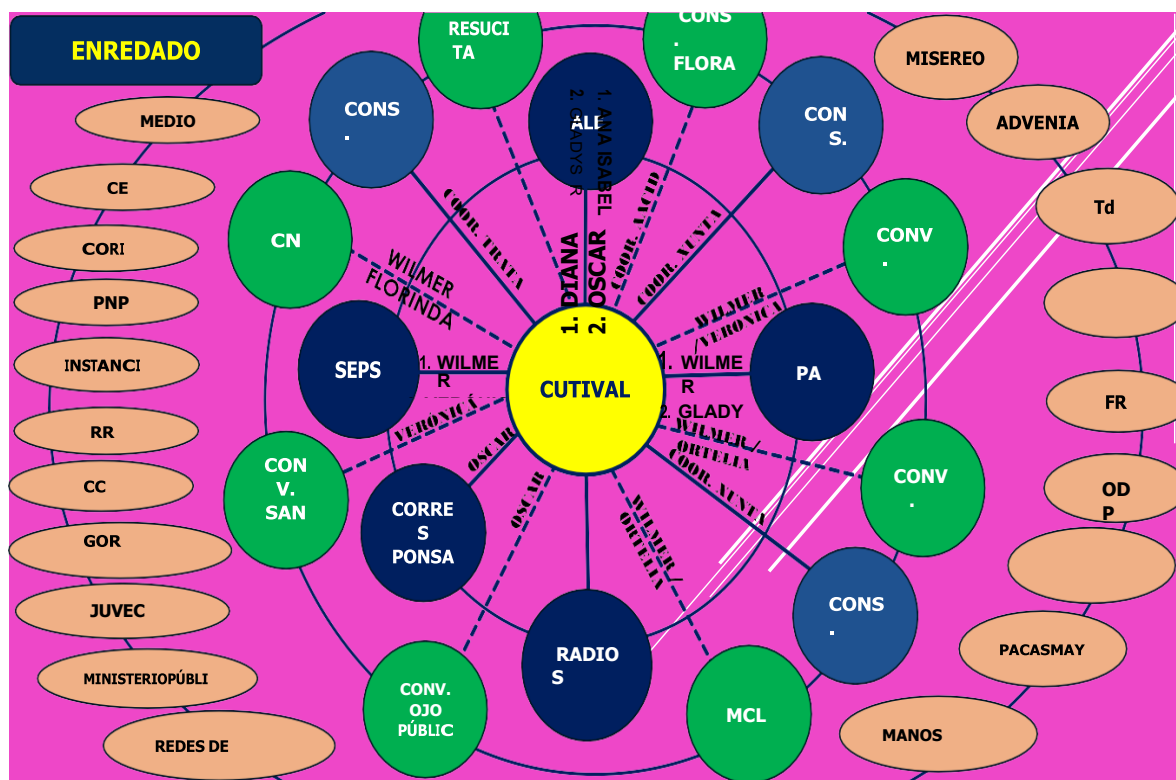
ÁREAS	UNIDADES y PROYECTOS	RESPONSABLE	PERSONAL
Área de Incidencia y Participación		GLADYS REYES MONDRAGÓN	
	Contenidos Informativos	Oscar Altamirano	• Diana Sandoval • Florinda Surita • Daniel Jibaja • Ana Claudia • Edwar Rivera
	Contenidos educativos y producción	Gladys Reyes Mondragón	• <u>Ana Isabel Seminario</u> • Omayra Feijoo • Katuska Granda • Daniel Flores • Melisa Farfán • Basilio Adrianzén • Alejandra Vélez
	Contenidos de Entretenimiento	Gladys Reyes Mondragón	• Diego Castro • Betsabet Suyón
Área de Incidencia y desarrollo social		ORTELIA VALLADOLID BRAN	

	Proyectos “Tu vidano tiene precio...”	Karina Piedra	• Julia • Lorena • Eduarda • Ana Lucía • Aracely • Nidia • Miguel Márquez • Víctor • Lenin
	Proyecto “Empoderamiento económico oAACID	Ortelia Valladolid	
	Proyecto “Empoderamiento económico oAACID	Verónica Luy	
	Proyecto prevención de violencia	Nadia Agurto	
Soporte institucional	Administración	JUAN CARLOS MURGUIA	• Yina • Mayra • Judith • Gumerindo • Víctor • Juan Carlos
	Marketing	Verónica Chuy	• Alexandra
	Dirección	Wilmer Fernández	• María Luisa Calva

2.1.3. COMISIONES INSTITUCIONALES 2024. Para el funcionamiento interno se conformaron algunas comisiones con funciones específicas para dinamizar la vida institucional.



2.1.4. DELEGACIÓN DE REPRESENTACIÓN Y/O ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL.



INSTITUCIÓN	TITULAR	DELEGADO/A
PAR (Plataforma Apostólica Regional)	Wilmer FernándezRamírez	Ortelia ValladolidGladys Reyes Alexandra Mena
CORRESPONSALES	Ana Claudia	Daniel Arqueros Jibaja
SEPSI (Red de Centros Sociales Jesuitas del Perú)	Wilmer FernándezRamírez	Miguel Márquez
ALER (Asociación Latinoamericana de Comunicación)	Wilmer FernándezRamírez	Diana Sandoval Oscar Altamirano
RADIOS JESUITAS	Wilmer FernándezRamírez	Gladys Reyes Mondragón Ana Isabel Seminario
CNC (Coordinadora Nacional de comunicación)	Wilmer FernándezRamírez	Oscar AltamiranoAna Claudia
Convenio con Ojo Público	Wilmer FernándezRamírez	Oscar AltamiranoAna Claudia
Convenio con UPAO	Wilmer FernándezRamírez	Verónica Chuyes
Convenio San Juan de Dios	Wilmer FernándezRamírez	Verónica Chuyes
Convenio DRE	Ortelia Valladolid	Karina PiedraNadia Agurto
Consorcio SAIPE	Wilmer FernándezRamírez	Karina Piedra Ortelia Valladolid
Consorcio SEA-WAYRA	Wilmer FernándezRamírez	Ortelia ValladolidNadia Agurto
Consorcio Flora Tristán	Ortelia Valladolid	Nidia Coronado

MCLCP	Wilmer FernándezRamírez	Ortelia Valladolid
Comisión Regional contra la trata de personas	Wilmer FernándezRamírez	Ortelia ValladolidKarina Piedra
CORIG	Wilmer FernándezRamírez	Ortelia Valladolid
Mesa Multiactor CIPCA	Wilmer FernándezRamírez	Víctor ArévaloAna Claudia
Empresa Pacasmayo	Wilmer FernándezRamírez	Verónica Chuyes Psicóloga...
Resucita Perú	Wilmer FernándezRamírez	Nadia AgurtoGladys Reyes

2.1.5. ORGANIZACIÓN DE LAS REUNIONES INSTITUCIONALES.

I. REUNIONES SEMANALES		
EQUIPO	DIA DE LA SEMANA	HORA
1. Colaboradores y colaboradoras	Lunes	3.00 pm. – 4.00 pm
2. Comité Ejecutivo	Lunes	9.30 am. - 10.30 am.
3. Planificación de contenidos educativos	Lunes	11.00 am. – 12.30 pm
4. Planificación de contenidos informativos	Viernes	9.00 am. – 10.30 am.

II. REUNIONES QUINCENALES		
EQUIPO	DIA DE LA SEMANA	HORA
1. Comité de seguimiento de contenidos comunicacionales	Jueves de primera y tercera semana.	3.30 pm. – 5.00 pm
2. Agenda Administrativa	Lunes <i>(Cada quince días: primera y tercera semana)</i>	4.00 pm – 6.00 pm

III. REUNIONES MENSUALES		
EQUIPO	DIA DE LA SEMANA	HORA
1. Reunión con coordinadoras de proyectos	Ultimo lunes de cada mes	3.30 pm. – 5.00 pm
2. Reunión para informes de Marketing	Ultimo miércoles de cada mes	9.30 am. - 10.30 am.
3. Celebración de Cumpleaños	Trimestralmente (Yinay Mayra)	12.00 pm – 12.30 pm

2.2. EVALUCIÓN DE INDICADORES DE DIRECCIÓN.

2.2.1. Logros de la gestión.

En 2024, la Dirección de Radio Cutivalú lideró un conjunto de logros significativos que fortalecieron la sostenibilidad institucional, la calidad de los contenidos, las alianzas estratégicas y el bienestar de sus colaboradores, consolidando su rol como un medio de comunicación popular comprometido con la transformación social en Piura. A continuación, se destacan los principales resultados alcanzados:

1) Fortalecimiento de la Planificación y Gestión Institucional:

- Se elaboró, ejecutó y evaluó al 100% el Plan Operativo Anual (POA) 2024 con la participación activa de todos los colaboradores, promoviendo un clima organizacional alineado con los ejes transversales de la institución.
- Se realizaron 44 reuniones del Comité Ejecutivo y 4 reuniones bimensuales de seguimiento del POA, lo que permitió colegiar decisiones editoriales, mejorar la planificación mensual y medir la salud financiera de manera permanente.
- Se socializó el 90% de los documentos de gestión institucional, como el Manual de Organización y Funciones y el Reglamento Interno, fortaleciendo la transparencia y la identificación de los colaboradores con la misión de Cutivalú.

2) Sostenibilidad Financiera a través de Proyectos:

- a. Se formularon 8 proyectos, de los cuales 4 fueron aprobados, generando S/1,299,494.55 en fondos de cooperación internacional, superando el 30% del presupuesto institucional proveniente de estas fuentes.
- b. Se fortalecieron relaciones con cooperantes clave como Manos Unidas, Misereor, ALBOAN y Cementos Pacasmayo, consolidando alianzas para proyectos en prevención de violencia de género, trata de personas y desarrollo comunitario.
- c. A pesar de un déficit económico, se ajustaron proyecciones y racionalizaron gastos desde mayo, garantizando la liquidez para cumplir compromisos con colaboradores y proveedores.

3) Mejora del Clima Laboral y Formación del Equipo:

- a. Se implementaron 3 procesos de formación en ecología integral, comunicación digital y técnicas de contabilidad, aprovechando alianzas con ALER, Red de Radios Jesuitas, SEPSI y CEPES, fortaleciendo las capacidades técnicas y la incidencia ecológica del equipo.
- b. A través de un convenio con la Clínica San Juan de Dios, se realizaron 10 espacios de escucha y talleres para el cuidado de la salud mental, mejorando las relaciones interpersonales y el clima laboral.
- c. Se celebraron 4 eventos institucionales (Día del Trabajador, Día de la Madre, Aniversario de Cutivalú, entre otros), reconociendo el aporte de los colaboradores y reforzando su sentido de pertenencia.

4) Consolidación de Alianzas Estratégicas:

- a. Se diseñó una propuesta comunicacional presentada a ONGs y empresas en Piura, promoviendo los servicios comunicacionales de

Cutivalú y su impacto regional, como alternativa al brochure no ejecutado por falta de presupuesto.

- b. Se mantuvo un relacionamiento activo con empresas como Cementos Pacasmayo, que financió proyectos educativos, y se gestionaron reuniones con actores clave para explorar fondos de responsabilidad social.

5) Gestión Ética y Democrática:

- a. Se estructuraron comisiones internas (Política Editorial, Seguridad y Salud, Hostigamiento Laboral, Protección a Menores, Aniversario, y Recreación) que promovieron una gestión participativa y horizontal.
- b. Se cumplió con la reunión estatutaria de la Junta de Socios en febrero, manteniendo la institucionalidad, aunque una segunda reunión no se realizó debido a limitaciones presupuestales para auditorías.
- c. Se elaboró y ajustó un presupuesto anual que consideró el 80% de las necesidades de las áreas, garantizando una gestión por resultados eficiente pese a los retos financieros.

En conclusión, la Dirección de Radio Cutivalú en 2024 demostró un liderazgo resiliente y estratégico, superando dificultades económicas mediante la planificación rigurosa, la diversificación de ingresos, el fortalecimiento del equipo humano y la consolidación de alianzas. Estos logros posicionan a Cutivalú como un referente en comunicación popular, con un impacto significativo en la promoción de la justicia social, la equidad y el desarrollo en la región de Piura.

4.2.2. Evaluación cuantitativa y cualitativa.

OE1.4. Consolidar la planificación, seguimiento, evaluación y sistematización en la producción de contenidos analógicos (off line) y digitales (online), participativos, interactivos y articulados en una única propuesta de radio visual.

METAS PARA EL AÑO 2024	ACTIVIDADES AÑO 2024	INDICADOR DE ÉXITO	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
1.4.1. El 40% del Proyecto Político Comunicacional ejecutado de manera eficiente, a través de un Plan Anual y cuatro Planes de Acción Institucional anuales.	Elaborar POA 2024.	01 POA ejecutado y evaluado	100%: Se elaboró, ejecutó y evaluó un POA con participación de todos y todas las colaboradoras de Cutivalú.	Las y los colaboradores se han involucrado activamente en el cumplimiento del POA. El equipo Cutivalú utiliza herramientas de planificación de manera mensual. Se ha construido un clima organizacional de acuerdo a nuestros ejes transversales.
	Ejecutar POA 2024.			
	Evaluar POA 2024 a medio año y al cierre.			
1.4.2. El 100% de las actividades de los Planes de Acción Institucionales 2022 – 2026 han sido	Reuniones bimensuales de seguimiento del POA.	Al cierre del año, 05 reuniones de seguimiento, en Cutivalú	80%: Se realizaron 4 reuniones de seguimiento de la planificación.	Las áreas utilizan herramientas de planificación de manera mensual.
	Reuniones semanales de Comité Ejecutivo	Al término del año, 44 reuniones, en Cutivalú	100%: 44 reuniones, en Cutivalú	Se ha colegiado las decisiones de la línea editorial. Se constata la importancia de este comité

METAS PARA EL AÑO 2024	ACTIVIDADES AÑO 2024	INDICADOR DE ÉXITO	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
monitoreadas y evaluadas	Reuniones semanales de colaboradoras/as como espacio de encuentro	Al término del año, 44 reuniones, en Cutivalú	68%:30 reuniones con las y los colaboradores, en Cutivalú	para la buena marcha del proyecto comunicacional. Se ha logrado mejorar el clima laboral y se percibe mayor identificación con la institución por parte de las y los colaboradores. Se ha logrado integrar el área de administración y marketing, lo que ha permitido medir la salud financiera de la institución de manera permanente.
	Reuniones quincenales con Comité Editorial.	Al término del año, 22 reuniones, en Cutivalú	50%:11 reuniones del Comité editorial.	
	Reuniones quincenales de Administración y Marketing.	Al término del año, 22 reuniones, en Cutivalú	50%:11 reuniones de Administración y Marketing.	
	Reunión con coordinadoras de proyectos	Al término del año, 12 reuniones, en Cutivalú	83%: 10 reuniones con coordinadoras de proyectos.	
	Reunión para informes de Marketing	Al término del año, 12 reuniones, en Cutivalú	75%: 9 reuniones con marketing para informes.	
1.4.3. El 60% del proceso de digitalización institucional ha sido sistematizado	Solucionar las dificultades relacionadas con facturación por contratos en digitalización	A marzo del 2024, se cuenta con una propuesta para la facturación de servicios digitales, en Cutivalú.	0%: No se cuenta con una propuesta la facturación de servicios digitales.	

OE.3.4. Asegurar el financiamiento institucional por áreas para el mejoramiento de la calidad de los contenidos analógicos (off line) y digitales (Online) de una única radio visual, social y guiada. Para los ingresos de Cutivalú son necesarios los proyectos de con fondos de la cooperación internacional. En el año 2024 se formularon al menos 08 proyectos, de los cuales consiguieron financiación 04. Un proyecto está en espera.

Tabla de avances de indicadores.

METAS PARA EL AÑO 2024	ACTIVIDADES PARA EL AÑO 2024	INDICADOR DE ÉXITO	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
3.4.1. Lograr que el 10% del presupuesto de cada proyecto financie el presupuesto comunicacional institucional 2024.	Elaborar 05 proyectos cuyos presupuestos aporten al proyecto institucional.	Al menos el 10% del presupuesto institucional proviene de cooperación internacional.	30% del presupuesto institucional proviene de cooperación internacional.	Se ha logrado un buen relacionamiento con Taller Solidaridad, Manos Unidas, AIETI, ALBOAN, ADVENIAT y Misereor. Esto ha permitido la oportunidad de formular proyectos en el marco de nuestros ejes transversales planteados

Cuadro de proyectos formulados el año 2024.

PROYECTOS FORMULADOS EL 2024	PRESENTADOS A FINANCIERAS	APROBADOS	MONTOS	ARTICULA
------------------------------	---------------------------	-----------	--------	----------

1. Construyendo mi escuela con una sana convivencia en la 20138	Fondos de Responsabilidad social de Cementos Pacasmayo	Aprobado periodos para el 2024	135,000.00 soles	Cutivalú
2. Mejoramiento de transmisor FM de radio Cutivalú	ODP	En espera de aprobación	109,000.00 soles	Cutivalú
3. Potenciación de la multiplataforma digital Cutivalú que fortalece el proceso adaptación digital y mejora la interactividad con las audiencias regionales y nacionales.	ODP	En espera de aprobación	55,510.00 soles	Cutivalú
4. Proyecto intercultural para el fortalecimiento de capacidades sociales y mecanismos de articulación para la prevención de la trata de personas en las regiones de Piura, Cajamarca y Amazonas.	Manos Unidas	Aprobado para el 2025	54,000.00 euros	Cutivalú, Misereor
5. Voces de Piura, Cusco y Lima empoderadas y articuladas contra la violencia de género y la defensa de sus derechos.	Diputación Foral de Álava (España)	Aprobado para el periodo 2025		SEA, Wayra y Cutivalú y Alboan
6. Consolidación de mecanismos para el desarrollo productivo de mujeres emprendedoras en situación de vulnerabilidad para la prevención de la violencia de género y promoción de su autonomía económica.	Generalitat Valenciana (España)	Aprobado Periodo 2025 2026		TdS Cutivalú

OE4.3. Consolidar alianzas estratégicas y relaciones de diálogo con los principales stakeholders (grupos de interés) internos y externos de la institución. Este objetivo se ha trabajado en coordinación con la oficina de Marketing. La Dirección acompaña de manera permanente el desarrollo de la planificación e implementación de estrategias de marketing. En este año, nos propusimos elaborar un brouchure para ser presentado a las financieras y empresas. No se realizó esta actividad por no tener presupuesto. Sin embargo, se dio forma a una propuesta de comunicación para el desarrollo de proyectos sociales. En este sentido, se realizó una campaña de presentaciones a ONGs de Piura y algunas empresas que tuvieran interés de invertir socialmente sus fondos de responsabilidad social en Piura.

Tabla de avances de indicadores.

METAS PARA EL AÑO 2024	ACTIVIDADES PARA EL AÑO 2024	INDICADOR DE ÉXITO	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
4.3.1. El 40% de los grupos de interés externos	Elaborar brouchure que contenga información institucional	A octubre del 2024, al menos 15 financieras recibieron	0%: No se elaboró el broochure para las financieras debidos a falta de presupuesto	En vez de elaborar un brouchure se diseñó una propuesta comunicacional para

identificados como aliados y el 30% de los grupos de interés internos son incluidos y participan en todas las actividades del Plan de Comunicación institucional.	actualizada y de las actividades emblemáticas.	información de Cutivalú.	asignado para dicho producto.	ONG y empresas el mismo que fue presentado a diversas ONG en Piura y también a empresas.
	Elaborar un directorio de empresas y fundaciones potencialmente aliadas.	05 empresas con las cuales se han tenido reuniones de trabajo y presentación de Cutivalú	Se ha tenido reuniones de trabajo con una empresa.	Se logro presentar los servicios comunicacionales que ofrece la radio y el impacto que tenemos en la región Piura.
	Buscar cooperantes para proyectos comunicacionales y de infraestructura en EE UU.	A diciembre, al menos 01 financiera coopera con Cutivalú.	0%: no se contactó con cooperantes para proyectos comunicacionales.	

OE5.1. Asegurar el financiamiento para el mejoramiento de las condiciones laborales de las y los colaboradores, así como las inversiones en infraestructura y tecnología necesarias. Para este objetivo se planificó 02 metas, por un lado, asegurar el financiamiento y la sostenibilidad del equipo Cutivalú y, en segundo lugar, implementar un plan de formación y de cuidado de los y las colaboradoras. Respecto a la primera meta, el equipo administrativo ha realizado reuniones continuas para evaluar los ingresos y egresos mensuales de modo que permita corresponder los gastos con los ingresos. Durante el año 2024, el déficit económico institucional se sintió debido que las proyecciones de marketing no se cumplieron. A partir del mes de mayo se tuvo que sincerar y ajustar las proyecciones y racionalizar los gastos. Se redujo personal y se redujo gastos no esenciales. En este sentido fue un año con muchas dificultades económicas.

Respecto a la meta 02 se ha tenido logros importantes. Los procesos de formación se ciñeron a la capacidad de gasto de la institución. Se ha aprovechado las ofertas de formación de otras organizaciones y lo que se puede lograr a través de canjes que logra la oficina de Marketing. En primer lugar, para la formación permanente de los colaboradores(as) respecto a las capacidades técnicas de comunicación, se aprovechó cursos brindados por otras organizaciones como ALER, la Red de Radios Jesuitas, con quienes se trabajó temas *de comunicación digital*. Asimismo, el equipo Cutivalú ha participado de los talleres de formación brindados por SEPSI. También se recibió una capacitación completa en *ecología integral y comunicación* brindada por CEPES, con lo cual se cubrió las expectativas del POA 2024. En segundo lugar, respecto al cuidado de la salud mental, a través de la oficina de Marketing se hizo un convenio interinstitucional con el área de servicios de psicología de la Clínica San Juan de Dios de Piura, con quienes se desarrollaron durante todo el año talleres y reuniones de los colaboradores/as con el objetivo de fortalecer el clima laboral y la salud mental. En tercer lugar, respecto al cuidado y reconocimiento del trabajo de los y las colaboradoras, se implementó un calendario de celebraciones con aquellas fechas más importantes, siempre ciñendo la actividad a los ingresos de la institución.

Tabla de metas POA 2024.

METAS PARA EL AÑO 2024	ACTIVIDADES PARA EL AÑO 2024	INDICADOR DE ÉXITO	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
Asegurar el financiamiento y sostenibilidad del equipo para el año 2024.	Reuniones administración y marketing mensuales para evaluar ventas e ingresos propios.	A diciembre del 2024, 10 reuniones de análisis y evaluación de ingresos.	60%: 6 reuniones mensuales para evaluar ventas e ingresos propios con marketing y administración.	Las reuniones han permitido tener liquidez y cumplir los compromisos con los colaboradores y con los proveedores.
	Elaborar proyectos para buscar fondos en cooperación para mejorar infraestructura.	A diciembre del 2024, al menos se ha presentado 02 proyectos para mejoras estructurales de edificio Cutivalú	100%: Se ha presentado dos propuestas, como el mejoramiento de la página web y aplicativo; además la compra del transmisor.	Se cuenta con proyectos formulados y en proceso de gestión en búsqueda de fondos.
Formular un plan de formación y cuidado de los y las colaboradoras para consolidar el equipo Cutivalú	Brindar capacitación a equipo de actualización sobre 1) normas y tecnologías de contabilidad. 2) Cambio climático, Agroecología familiar, uso responsable de los RR hídricos: 04 sesiones 3) Cuidado de salud mental 4) Transversalizar la ecología en proyectos y actividades institucionales	A diciembre del 2024, se han realizado al menos 03 procesos de formación	100%: Se logro cumplir con 3 procesos de formación: se ha capacitado al equipo en ecología integral,	Las y los colaboradores han fortalecido su información acerca de temas ecológicos, para promover la incidencia ecológica en nuestra región, como el cuidado de los páramos, vigilar el uso adecuado del presupuesto de los gobiernos locales en las temáticas de prevención y atención de violencia de género, ecología integral y empoderamiento económico. En lo comunicacional, se ha adquirido herramientas para búsqueda de información y estrategias comunicacionales en el marco del cuidado del planeta. En temas institucionales se ha incorporado la ecología integral como eje transversal. Se ha involucrado a las redes de mujeres en el proceso del cuidado de la casa común.
	Realización de actividades de descanso y	A diciembre se ha realizado al menos 10 espacios de escucha para	100%: Se han realizado 10 espacios de escucha para el	El clima laboral ha sido fortalecido, mejorando considerablemente las relaciones interpersonales.

	espacios de escucha	el cuidado de la salud mental	cuidado de la salud mental.	Las y los colaboradores perciben la importancia de tener una buena salud mental para mejorar su desempeño en la institución.
	Celebración de Cumpleaños	A diciembre del 2024, 04 reuniones celebrativas, en Cutivalú	100%: 04 reuniones celebrativas, en Cutivalú	Las y los colaboradores se sienten contentos con el reconociendo por parte de la institución.

Tabla de fechas celebrativas del equipo de colaboradores/as de Cutivalú.

FECHA	CELEBRACION
01 de mayo	Día del trabajador
12 de mayo	Día de la madre
16 de junio	Día del padre
01 octubre	Día del periodista
24 de octubre	Aniversario de Cutivalú
20 de diciembre	Cierre de año

FECHA	MEMORACIÓN
8 de marzo	Día internacional de la mujer
5 de junio	Día del medioambiente
6 de julio	Día del maestro
28 de julio	Día de la independencia
30 de julio	Día contra la trata de personas
25 de noviembre	Día internacional de eliminación de la violencia contra la mujer

OE5.2. Gestionar la organización de manera ética y democrática, socializando los procesos institucionales con las y los colaboradores, en coherencia con el logro de una radio visual, social y guiada, y con mayor audiencia, alcance e influencia en la región de Piura. Para la implementación de este objetivo institucional, el equipo se planteó dos metas. Por lado, revisar permanentemente los documentos de gestión institucional por todos y todas las colaboradoras de manera que las líneas programáticas se convirtieran en parte de la narrativa de los trabajadores/as y que la gestión estuviera en cuadra en el marco de una propuesta democrática de la toma de decisiones en la institución. Por otro lado, garantizar que todas las reuniones estatutarias y otras de gestión se realizaran en vistas al buen gobierno.

Respecto al primer meta, el equipo de colaboradores/as ha sido participe de reuniones periódicas, en las cuales se hablado sobre el Plan Estratégico Institucional y de los otros instrumentos. Las evaluaciones de los avances del POA de medio años y de fin de año ha sido momentos clave para revisar las líneas de trabajo, las mismas que han servido como material referencial de la evaluación de los trabajos en los equipos.

Además, de estos espacios, las Coordinadoras de área tienen la indicación de revisar en sus reuniones de área los documentos de gestión como el Manual de Organización y Funciones y el Reglamento Interno. Cutivalú, además, cuenta con un protocolo de para casos de Hostigamiento Laboral y otro para el trabajo con menores de edad y poblaciones vulnerables. Para la aplicación de estos protocolos se mantiene activo comités conformados de acuerdo a ley. Asimismo, en vistas a desarrollar una gestión participativa horizontal se ha estructurado en la gestión interna algunas comisiones de trabajo: Comisión de Política Editorial Cutivalú, Comité de Seguridad y Salud en el trabajo, CIFHSL (Comité de Intervención frente al Hostigamiento Sexual Laboral), Comité Protección a Menores y Adultos, Vulnerables (PMAV), Comité de Aniversario Cutivalú y Comité Recreación, Cultura y Deportes. Unas más activas que otras, están cumpliendo su función.

Respecto a la segunda meta, se ha dado una Asamblea de Socios en el mes de febrero del 2024. Esta asamblea se propuso volver a reunirse en el transcurso del año con la condición de que se realizara la auditoría del 2022 y 2023 y un informe sobre los préstamos que tiene la Institución. La reunión programada no se pudo realizar debido a que las auditorías no se realizaron por falta de presupuesto. Si bien la meta se cumple en el marco estatutario que establece que los socios se reúnan al menos una vez al año de manera ordinaria, la segunda reunión no se cumplió por razones de presupuesto.

METAS PARA EL AÑO 2024	ACTIVIDADES PARA EL AÑO 2024	INDICADOR DE ÉXITO	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
5.2.1. El 100% de las herramientas, documentos y espacios para una gestión ética y democrática han sido socializados y ejecutados para el logro de una radio visual, social y guiada, ubicada entre los cinco medios con mayor audiencia, alcance e influencia de la región de Piura.	Realizar por todo el equipo revisión de documentos de gestión institucional por el personal	El 100% de los trabajadores conoce los documentos institucionales.	90%: Las y los colaboradores conoce los documentos institucionales.	Las y los colaboradores conocen los documentos de gestión para fortalecer la institución y mantener nuestro prestigio en la región Piura.
5.2.2. El 100% de las reuniones de los órganos de Gobierno de la institución se han realizado para el fortalecimiento de una radio visual, social y guiada, ubicada entre los cinco medios con mayor audiencia, alcance e influencia de la región de Piura.	Reunión de Junta de socios para informes institucionales	01 reunión	100%: Una reunión de Junta de socios para informes institucionales.	Mantener la institucionalidad de Cutivalú.

Tabla de comisiones 2024

COMISIONES	2024
1. COMISIÓN DE POLÍTICA EDITORIAL CUTIVALÚ	1) Wilmer Fernández Ramírez (Director) 2) Gladys Reyes Mondragón (Comunicadora) 3) Oscar Altamirano Ayala (Periodista) 4) Ana Isabel Seminario (Comunicadora) 5) Alexandra Mena (Comunicadora) 6) Nadia Agurto Francia (Comunicadora)
2. COMITÉ DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	1) <u>Nadia Agurto</u> 2) Ortelia Valladolid 3) Juan Carlos Murguía
3. CIFHSL (Comité de Intervención frente al hostigamiento sexual laboral)	1) <u>Juan Carlos</u> 2) Omayra Feijoo 3) Miguel Márquez 4) Verónica Chuyes
4. Comité Protección a Menores y Adultos Vulnerables (PMAV)	1) Anita Isabel 2) Wilmer Fernández
5. COMITÉ DE ANIVERSARIO CUTIVALÚ	1. <u>Verónica Chuyes</u> 2. Lenin 3. Anita Isabel Seminario 4. Diana Sandoval 5. Alejandra Vélez 3) Miguel Márquez
6. COMITÉ RECREACION, CULTURA Y DEPORTES	1. <u>Katiuska Pierina Granda Cornejo</u> 2. Víctor Arévalo Flores 3. Julia Stasko 4. Diego Castro 7. Yina Hidalgo

OE5.3. Actualizar, facilitar y ejecutar políticas institucionales, mecanismos administrativos y financieros, orientados a conseguir una gestión por resultados eficiente, efectiva y medible. Este objetivo plantea dos metas a la administración. La primera está relacionada con la realización del presupuesto anual y su seguimiento y la socialización de los instrumentos administrativos. En la asamblea se presentó un presupuesto el mismo que fue aprobado. Dicho presupuesto fue reajustado en dos oportunidades debido a que los ingresos disminuyeron considerablemente en el lapso del año 2024. La segunda meta manda que la administración socialice los instrumentos de gestión administrativa. Si bien es cierto, durante el año se ha socializado otros instrumentos de gestión, respecto a la administración sigue pendiente la actualización del manual de procedimientos administrativos para requerimientos rendiciones.

METAS PARA EL AÑO 2024	ACTIVIDADES PARA EL AÑO 2024	INDICADOR DE ÉXITO	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
5.3.2. El 80% de las necesidades y demandas de las diversas áreas han sido consideradas en el presupuesto institucional para el año 2024, facilitando el logro de los resultados de la gestión.	Elaboración de presupuesto anual conformado con requerimientos de las áreas.	1 presupuesto anual	100%: Se elaboro un presupuesto anual.	Se ha logrado cumplir con nuestros compromisos en el marco del presupuesto.
5.3.1. El 100% de las políticas institucionales y los mecanismos administrativos y financieros han sido socializados y ejecutados para el logro de una gestión por resultados.	Sociabilización periódica de los documentos de gestión.	100% de los trabajadores y trabajadoras conoce los documentos institucionales	90%: los trabajadores y trabajadoras conocen los documentos institucionales	Se promueve la transparencia y la participación activa de las y los colaboradores.

3. INFORME DE ÁREAS DE CUTIVALÚ 2024

3.1. Informe de Área de Contenidos y Participación

3.1.1. Colaboradores y colaboradoras del área.

ÁREA DE CONTENIDOS Y PARTICIPACIÓN			
COORDINADORA: GLADYS REYES MONDRAGÓN			
CONTENIDOS: PRENSA			
01	ENCARGADO	Oscar Altamirano Ayala	Periodista
02	Colaboradora	Ana Claudia Jiménez Arévalo	Periodista
03	Colaborador	Diego Castro Bonilla	Reportero
CONTENIDOS EDUCATIVOS Y DE ENTRETENIMIENTO			
04	Encargada	Gladys Reyes Mondragón	Comunicadora
05	Colaboradora	Cruzanny Crespo Córdova	Comunicadora
06	Colaboradora	Alexandra Mena Ontaneda	Comunicadora
07	Colaborador	Yordano Collazo	Comunicador
08	Colaboradora	Alejandra Vélez	Comunicadora
09	Colaboradora	Basilio Ramírez Peña	Comunicador
10	Colaboradora	Cecilia Velásquez	Comunicadora
11	Colaboradora	Betsabet Suyón	Comunicadora

3.1.2. Ejes temáticos del Plan Institucional trabajados en el área. Cutivalú prioriza 5 ejes temáticos para el desarrollo de sus contenidos en su programación.

- 1) Vigilancia y participación ciudadana.
- 2) Cambio climático y Gestión de riesgos.
- 3) Violencia contra la mujer.
- 4) Migración y trata de personas.
- 5) Primera infancia y desarrollo infantil.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS PARA EL AÑO 2024	ACTIVIDADES PARA EL AÑO 2024
OE1: Producir contenidos analógicos (off line) y digitales (on line), participativos, interactivos y articulados en una única propuesta radio visual, contribuyendo a	1.1. Innovar con calidad y de manera articulada los contenidos analógicos y digitales facilitando la participación e interacción de los públicos	1.1.1. Una programación off line y on line, en un 30% innovadora, articulada, participativa e interactiva, monitoreada y evaluada y en concordancia con el Proyecto Político de Comunicación y el	Implementar una cabina de transmisión para Streamyear
			Elaborar una grilla de planificación con los temas del día que se difundirán en radio y en redes
			Limpiar y ordenar carpetas para una correcta búsqueda de información y un mejor resultado en la programación

mejorar las condiciones de vida de los y las ciudadanas, en diálogo con sus diversas audiencias, especialmente con las y los millennials, respondiendo a sus intereses, demandas y expectativas.	objetivos y audiencias priorizadas	Plan Estratégico Institucional 2022-2026.	Ordenar las carpetas musicales por géneros y con nomenclatura clara (nombre de canción-artista o grupo-)
			Creación de un drive que cuente con las herramientas y protocolos para el buen uso de los programas y el correcto manejo de cabina; además de la ruta de los archivos editables y los logos de los proyectos en alta calidad
OE2: Generar y consolidar escenarios de comunicación participativos, interculturales e intergeneracionales que fomentan debate, participan todas las voces y responden a las nuevas estéticas y los nuevos consumos, contribuyendo con procesos de diálogo, intercambio y concertación de intereses de los distintos públicos, lo que exige salir a la calle, a las periferias, fuera de los estudios y construir incidencia colectiva	2.1. Generar escenarios de comunicación participativos, interculturales e intergeneracionales, orientados a ubicarse entre los cinco primeros medios con mayor audiencia, alcance e influencia en la región de Piura, optimizando el talento humano, tecnología y presupuesto asignados.	2.1.1. 50% de las plataformas digitales (WEB y app) optimizadas y el 30% de las redes sociales posicionadas; a través de los programas descentralizados	Cuatro programas descentralizados (foros, debates, informativos) en fechas emblemáticas
		2.1.2. El 20 % de la programación analógica y digital semanal incluye contenidos (espacios) de análisis y debate	Producir 80 programas de análisis (diariamente) – “Al Día con la Ardilla”
			Producir 18 programas de debate (semanalmente) “Punto de Agenda”
		2.1.3. El 30% de la programación semanal analógica y digital incluye contenidos donde participan los públicos de Cutivalú, preferencialmente mujeres y migrantes	Incluir la participación de mujeres migrantes, afro y con discapacidad, en los programas de Suma Igualdad y QBM.
			Producir una radionovela con enfoque de mujeres rurales
			Producir una radionovela con enfoque de migrantes
		2.1.4. El 25% de la programación dirigida a los millennials	Crear una cuenta de Spotify para difundir contenido propio
			Ampliar la programación nocturna de fin de semana (viernes y sábado) con producción de DJ grabada
			Implementación de cabina para programa de Dj en vivo (monitor, cable canon o RSA Plus)

	2.2. Fortalecer la red de corresponsales para consolidar escenarios de comunicación participativos, interculturales, e intergeneracionales en la producción de contenidos analógicos (offline) y digitales (online), articulados en una única propuesta de radio visual.	2.2.1. En el 40% del territorio, donde llegan en buenas condiciones las señales analógicas y el internet es estable, se cuenta con una o un corresponsal de Cutivalú que reporta, por lo menos, una vez por semana.	Realizar 2 capacitaciones anuales a los corresponsales en temas de abordaje de información
		2.2.2. El 50% de los corresponsales han sido capacitados en la producción de contenidos analógicos (off line) y digitales (online), participativos, interactivos, realizando en condiciones óptimas sus reportes.	Implementar un perfil de corresponsales
			Realizar seguimiento al trabajo que ejecutan los corresponsales
			Implementar una corresponsalía estudiantil, en base a los talleres en colegios
			Difundir el protocolo del accionar de los corresponsales
			Capacitar a los corresponsales en transmisiones en vivo y en producción audiovisual
			Capacitar a los corresponsales en temas coyunturales
OE3: Gestionar contenidos analógicos (offline) y digitales (online) para una radio visual, social y guiada asociada con el diálogo, la participación y la interacción de audiencias interculturales e intergeneracionales especialmente millennial y personas excluidas en	3.1. Diversificar géneros y formatos de contenidos analógicos (off line) y digitales (online) con mecanismos de mejora de la calidad, funcionales, eficientes y articulados entre sí, en congruencia con los públicos objetivos y	3.1.1. El 40% del diseño artístico, producción de calidad y emisión nítida del conjunto de los contenidos informativos, educativos y de entretenimiento de las plataformas analógicas (offline) y digitales (online) responden a los intereses y consumos de sus audiencias priorizadas	Identificar a mujeres y hombres de las OSB para seleccionarlás como parte de la red de corresponsales
			Formular un sondeo a través de Facebook para conocer las preferencias temáticas de los seguidores
			Proponer una parrilla de contenidos de interés para los millennials, que serán transmitidos vía redes sociales
			Evaluar y reestructurar (si se requiere) los productos educativos e informativos, de acuerdo a los intereses de los millennials

situación de vulnerabilidad.	las audiencias priorizadas.		
	3.2. Capacitar a comunicadores, comunicadoras, periodistas y corresponsales en la producción de contenidos analógicos (offline) y digitales (online) de calidad, para una radiovisual, utilizando la innovación y transformación digital institucional	3.2.1. El 50% de los colaboradores y corresponsales han participado, por lo menos en una actividad de capacitación en realidad nacional y regional y en producción de contenidos analógicos y digitales	Capacitar a los periodistas y corresponsales en los temas de proyectos y realidad nacional
OE4: Desarrollar alianzas estratégicas y/o relaciones sostenidas con públicos objetivos y grupos de interés de la sociedad civil, empresas y estado, consolidando relaciones con sus principales stakeholders	4.1. Realizar contenidos y generar espacios de encuentro, mediación y comunicación, con preferente participación de la comunidad y organizaciones sociales, y en diálogo con las empresas y el estado, fomentando el debate, reflexión y análisis de los temas priorizados para un	4.1.1. El 20% de la programación son espacios regulares de mediación entre la comunidad, OSB, estado y sociedad civil y fomentan el debate, reflexión y análisis de los procesos sociales, económicos y políticos que afectan a la población de la región y el país.	Producir programas descentralizados con formatos de debates, foros e informativos

	conocimiento colectivo de los procesos sociales, económicos y políticos que afectan a la población de la región		
--	---	--	--

3.1.3. Parrilla de contenidos de Radio Cutivalú. La programación de Radio Cutivalú, detallada en las siguientes tablas, refleja nuestro compromiso con la información, la cultura, la educación y el entretenimiento de la audiencia. Estructurada para cubrir de lunes a domingo, la parrilla de contenidos ofrece una variedad de programas que abordan temas religiosos, noticiosos, musicales, educativos, de salud, género y deportes, adaptándose a las necesidades e intereses de la comunidad. Desde reflexiones espirituales hasta análisis de coyuntura, pasando por revistas musicales y espacios especializados, cada segmento está diseñado para informar, conectar y acompañar a los oyentes en su día a día. A continuación, se presentan las tablas con la programación detallada de lunes a viernes, sábado y domingo, incluyendo horarios, formatos y conductores de cada espacio.

3.1.3.1. PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES:

HORAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	TIPO	CONDUCTORES
5.55 AM – 6.00 AM	Palabra de dios comentario o del evangelio	comentario de la palabra de dios	palabra de dios	palabra de dios	comentario de la palabra de dios evangelio	programa religioso	religiosos y laicos comprometidos
6.00 AM – 8.00 AM	Cutivalú Informa – I Edición	Cutivalú Informa – I Edición	Cutivalú Informa – I Edición	Cutivalú Informa – I Edición	Cutivalú Informa – I Edición	Programa De Noticias Locales, Regionales Y Nacionales	Óscar Altamirano Y
8.00 AM – 8.30 AM	Punto De Agenda Con Paco Muguero	Punto De Agenda	Punto De Agenda	Punto De Agenda	Punto De Agenda	Nálisis De Coyuntura	Paco Muguero Y Wilmer Fernández Colaboración De Basilio Adrianzén

8.30 AM A 12.00	¡Qué Buena Mañana!	¡Qué Buena Mañana!	¡Qué Buena Mañana!	¡Qué Buena Mañana!	¡Qué Buena Mañana!	Radio Revista	Yordano Collazo
8.30 AM – 9.00 AM	Consulta Sin Salir De Casa – Clínica Los Cocos	Consulta Sin Salir De Casa –	Consultorio Con El Dr. Marco Purizaca Oftalmólogo	Consultorio Con El Dr. Julio Castro Psiquiatra Y Hospital Especializado San Juan De Dios, Ambos Cada 15 Días	Consulta Sin Salir De Casa Con Nefrología	Consultorio Medico	Yordano Collazo
9.00 AM – 09.30 AM	¿Sabías Que...?	¿Sabías Que...?	¿Sabías Que...?	¿Sabías Que...?	¿Sabías Que...?	Tips Novedosos	Yordano Collazo
930 am – 10.00 am	Tema Del Día	Tema Del Día	Tema Del Día	Tema Del Día	Tema Del Día	Tema Del Día	Yordano Collazo
10.00 am	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Lectura De Titulares	Yordano Collazo
10.00 AM – 1030	Radio Novela	Radio Novela	Radio Novela	Radio Novela	Radio Novela	Radio Novela	Yordano Collazo
10.30 – 11.00	Qué Tal Entrevista	Qué Tal Entrevista	Qué Tal Entrevista	Qué Tal Entrevista	Qué Tal Entrevista	Entrevistas De Temática Variada	Yordano Collazo
11.00 AM – 12.00 AM.	Música Variedad/ O Entrevista	11.00 A 11.30 Enosa Estamos Contigo (Contratado)	11.00 – 11.15)Osipt el (11.15 A 12.00) Músicavariada Y/O Entrevista	11.00 A 11.30 Enosa, Estamos Contigo (Espacio Contratado) (11.30 A 12.00) Músicavariada Y/O Entrevista	Música Variada/O Entrevista	Hora Híbrida Propio Y Espacio Contratado	Yordano Collazo
11.55 – 12.00	Qué Buena Nueva	Qué Buena Nueva	Qué Buena Nueva	Qué Buena Nueva	Qué Buena Nueva	Reflexión	Juan Hernández S.J Y Paco Muguero S.J

12.00 AM – 13.00	Sombrero, Poncho Y Guitarra	Sombrero, Poncho Y Guitarra	Sombrero, Poncho Y Guitarra	Sombrero, Poncho Y Guitarra	Sombrero, Poncho Y Guitarra	Revista Musical Regional Y Nacional	Automatiza da
13.00 – 14.00	Cutivalú Informa – li Edición	Cutivalú Informa – li Edición	Cutivalú Informa – li Edición	Cutivalú Informa – li Edición	Cutivalú Informa – li Edición	Programa De Noticias Locales, Regionales Y Nacionales	Ana Claudia Jiménez
14.00 – 15.00	Añoranza s De Mi Tierra	Añoranzas De Mi Tierra	Añoranzas De Mi Tierra	Añoranzas De Mi Tierra	Añoranzas De Mi Tierra	Revista Musical Regional Y Nacional	Yordano Collazo
15.00 – 15.05	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Lectura De Titulares	Yorda no Collaz o
15.06 – 16.00	Añoranza s De Mi Tierra	Añoranzas De Mi Tierra	Añoranzas De Mi Tierra	Añoranzas De Mi Tierra	Añoranzas De Mi Tierra	Progra ma Music al Regio nal	Yordano Collazo
16.00 – 16.05	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Lectura De Titulares	Yordano Collazo
16.06 – 17.00	Suma Igualdad Mujeres Tejiendo Redes	Suma Igualdad Trata, Violencia De Género	Suma Igualdad em prendimient o	Suma Igualdad Trata	Suma Igualdad p	Revista Radial Especializa da En Temas De Género	Alejandra Vélez, Cruzanny Crespo, Cecilia Velásquez
17.00 – 17.05	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Lectura De Titulares	Yordano Collazo
17.00 – 18.00	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Revista Musical	Automatiza da
18.00 – 18.05	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares Del Día	Titulares	Yordano Collazo
18.06 – 19.00	Me Uedo Contigo	Me Quedo Contigo	Me Quedo Contigo	Me Quedo Contigo	Me Quedo Contig o	Revista Musical	Automatiza da
19.00	Palabra De Dios	Palabra De Dios	Palabra De Dios	Palabra De Dios	Palabra De Dios	Reflexión	Religios@S Y Laic@S Comprometi dos

3.1.3.2. PROGRAMACIÓN DEL SÁBADO:

HORAS	SABADO	FORMATO	CONDUCTOR
5.55 AM – 6.00 AM	Palabra De Dios	Reflexión	Religios@S Y Laic@S Comprometidos
6.00 AM – 12.00 PM	Mi Fin De Semana En Cutivalú	Radio Revista	Yordano Collazo
6.00 AM – 7.00 AM	Cumbias Peruana, Cumbia Colombiana, Sanjuanera, Merengues Y Salsa	Revista Musical	Yordano Collazo
7.00 am – 8.00 am	VISIÓN GLOBAL – Información Sinfronteras	NOTCIAS REGIONALES, NACIONALES E INTERNACIONALES	GUILLERMO BURNEO SEMINARIO
8.00 AM – 9.00 AM	“Conversando Con Mi Profe”	Revista Educativa	Enrique Rivera Lloclla
9.00 AM – 10.00 AM	Cumbias Peruana, Cumbia Colombiana, Sanjuanera (En Menor Proporción), Merengues Y Salsa	Revista Musical	Yordano Collazo
10.00 AM – 12.00 AM	Cumbias Peruana, Cumbia Colombiana, Sanjuanera (En Menor Proporción), Merengues Y Salsa	Revista Educativa	Yordano Collazo
12.00 AM – 14.00 PM	Sombrero, Poncho Y Guitarra	Revista Musical Regional Y Nacional Criolla	Betsabet Suyón
14.00 – 17.00	Añoranzas De Mi Tierra	(Cumbia, Sanjuanitos Y Pasillos) Programa Musical Regional	Betsabet Suyón
17.00 – 18.55	Pelotas Y Pelotazos	Programa Deportivo	Andrés Diones Juan Rivera Y Florencio Zeta
18.55 – 19.00	Palabra De Dios	Reflexion	Religios@S Y Laic@S Comprometidos

3.1.3.3. PROGRAMACIÓN DEL DOMINGO:

HORAS	DOMINGO	FORMATO	CONDUCTOR
MI FIN DE SEMANA EN CUTIVALÚ			
6.00 – 6.30	CUMBIAS PERUANA, COLOMBIANA Y SANJUANERA. MERENGUES	PROGRAMA MUSICAL	DANIEL FLORES
6.30 – 7.00	JUSTICIA COMUNAL	CONSULTORIO LEGAL	DR. HERNÁN RUIZ ARIAS
7.00 – 8.30	PUNTO DE ENCUENTRO	REVISTA INFORMATIVA	EVARISTO CHUNGA ZAPATA
8.30 – 9.00	PALABRA AL MUNDO	REFLEXIÓN	PADRE JUAN CARLOS MORANTE SJ

9.00 – 10.00	MISA DOMINICAL	REFLEXION	SACERDOTES JESUITAS
10.00 – 12.00	MI FIN DE SEMANA EN CUTIVALÚ	REVISTA MUSICAL VARIADA	CRUZANNY CRESPO
12.00 – 14.00	SOMBRERO, PONCHO Y GUITARRA Y/O PARTIDOS	REVISTA MUSICAR REGIONAL Y NAIONAL CRIOLLA	BETSABET SUYÓN
14.00 – 18.59	AÑORANZAS DE MI TIERRA O TRANSMISIÓN DE PARTIDOS.	REVISTA MUSICAL REGIONAL Y NACIONAL	BETSABET SUYÓN
7.00 PM	CIERRE DE PROGRAMACIÓN	PATRÓN DE SINTONÍA	BETSABET SUYÓN

3.1.4. Indicadores (POA) y Logros del año 2024. Los logros más destacados de Radio Cutivalú en la programación son:

- 1) Alta participación de la audiencia en la multiplataforma:** Se superó el 100% del indicador de participación, con más de 71.700 personas interactuando activamente y un alcance anual de 3,4 millones. Los seguidores participan mediante comentarios, visualizaciones, compartidos y me gusta, demostrando un engagement significativo (Resultado 1.1.1).
- 2) Posicionamiento en plataformas digitales:** El 15% de los usuarios de la web y app de Cutivalú sintonizan la radio, y 24,000 personas interactúan en programas descentralizados, políticos y de género, fortaleciendo la presencia digital y posicionando a Cutivalú entre los medios más visitados en Facebook (Resultados 2.1.1 y 2.1.2).
- 3) Capacitación exitosa de corresponsales:** El 50% de los corresponsales fueron capacitados en producción de contenidos analógicos y digitales, logrando informes de calidad. Además, se inició la capacitación de 9 mujeres de redes interesadas en corresponsalías, promoviendo la inclusión (Resultados 2.2.2 y 3.2.1).
- 4) Información descentralizada y coyuntural:** El 20% de los corresponsales envían reportes semanales, difundiendo información relevante desde diversas zonas, lo que refuerza la cobertura regional (Resultado 2.2.1).
- 5) Fomento de debate y reflexión:** Un total de 24.000 seguidores participantes en programas de análisis político y de género, y 3.000 estudiantes de cinco colegios secundarios se involucraron en debates descentralizados, promoviendo la reflexión sobre procesos sociales (Resultado 4.1.1).
- 6) Atracción de millennials:** La participación en concursos ha incrementado la interacción de millennials en la multiplataforma, ampliando el alcance a audiencias jóvenes (Resultado 3.1.1).

El siguiente cuadro presenta los resultados alcanzados por Radio Cutivalú en el marco de su Proyecto Político de Comunicación y Plan Estratégico Institucional 2022-2026. A través de indicadores claros, avances cuantitativos y logros cualitativos, se evidencia el impacto de la emisora en la promoción de una

programación innovadora, participativa e interactiva, tanto en plataformas analógicas como digitales. Los datos reflejan el fortalecimiento de la interacción con la audiencia, la descentralización de contenidos, la capacitación de corresponsales y la generación de espacios de debate y reflexión, consolidando a Cutivalú como un medio relevante en la región. A continuación, se detallan los resultados, indicadores y logros obtenidos.

Resultados	Indicadores	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
1.1.1. Una programación off line y on line, en un 30% innovadora, articulada, participativa e interactiva, monitoreada y evaluada y en concordancia con el Proyecto Político de Comunicación y el Plan Estratégico Institucional 2022-2026	Al término del segundo semestre, el 30% de la audiencia de Cutivalú participa e interactúa activamente en su multi-plataforma	Se ha superado el 100% del indicador, que representa más de 71,700 personas que siguen la multiplataforma de Cutivalú. La multiplataforma de Cutivalú generó un alcance anual de 3,4 millones (personas que al menos vieron el contenido de Cutivalú). Dentro de este total, 559,300 personas interactuaron con el contenido reaccionando y participando activamente.	Se ha logrado la participación activa de las personas que siguen la multiplataforma de Cutivalú a través de comentarios, visualizaciones, compartidos y likes en los contenidos vertidos.
2.1.1. 30% de usuarios de la web y app de Cutivalú sintoniza las plataformas digitales (WEB y app) de la radio	Al término del año 2024, el 30% de los usuarios de la web y app de Cutivalú sintonizan los contenidos de la radio a través de estas plataformas	El 15 % de los usuarios de la web y app de Cutivalú escuchan la radio.	Se ha logrado informar a la audiencia de Cutivalú con contenidos adaptados a formatos web y app
2.1.2. El 20 % de la programación analógica y digital semanal incluye contenidos (espacios) de análisis y debate	Al término de 2024, el 10% de los seguidores de la multiplataforma de Cutivalú, han interactuado y participado en la programación descentralizada de la radio, generando el posicionamiento de Cutivalú entre los cinco primeros medios más visitados en Facebook.	Un total de 24,000 personas seguidoras de la multiplataforma de Cutivalú (36acebook y web) interactúan en la programación de la radio en programas descentralizados, políticos y de género	Personas informadas, sensibilizadas y que comentan, comparten, escuchan y reaccionan ante los contenidos especializados y descentralizados de política y género
2.1.3. El 30% de la programación semanal analógica y digital incluye contenidos donde participan los públicos de Cutivalú, preferencialmente mujeres y migrantes			
2.1.4. El 25% de la programación dirigida a los millennials			
2.2.1. En el 40 % del territorio, donde	Al término del año 2024, el 50% de las	El 20% de corresponsales de	Se ha logrado difundir información

llegan en buenas condiciones las señales analógicas y el internet es estable, se cuenta con una o un corresponsal de Cutivalú que reporta, por lo menos, una vez por semana.	y los corresponsales de Cutivalú realizan un reporte individual semanal desde sus zonas de incidencia de acuerdo con la coyuntura regional.	Cutivalú envían su reporte individual semanal de acuerdo con la coyuntura regional y nacional	descentralizada coyuntural a través de la radio analógica de Cutivalú.
2.2.2. El 50 % de los corresponsales han sido capacitados en la producción de contenidos analógicos (off line) y digitales (online), participativos, interactivos, realizando en condiciones óptimas sus reportes.	Al término de 2024, El 50 % de los corresponsales han sido capacitados en la producción de contenidos analógicos (off line) y digitales (online), participativos, interactivos, realizando en condiciones óptimas sus reportes.	El 50 % de los corresponsales fueron capacitados en la producción de contenidos analógicos (off line) y digitales (online), participativos, interactivos, realizando en condiciones óptimas sus reportes.	A pesar de la lejanía de las y los corresponsales se logró convocarlos para la capacitación respectiva. Se inició el proceso de capacitación a 9 integrantes de las redes de mujeres, interesadas en la corresponsalía.
3.1.1. El 40% del diseño artístico, producción de calidad y emisión nítida del conjunto de los contenidos informativos, educativos y de entretenimiento de las plataformas analógicas (offline) y digitales (online) responden a los intereses y consumos de sus audiencias priorizadas	Al término de 2024, el 40 % de la audiencia de Cutivalú sintoniza e interactúa permanentemente con los programas y contenidos de la multiplataforma	el 40 % de la audiencia de Cutivalú sintoniza e interactúa permanentemente con los programas y contenidos de la multiplataforma	Si bien es cierto que las y los seguidores de Cutivalú siguen los programas de radio y redes, es notorio una mayor participación en los diversos concursos que ofrece Cutivalú de audiencia heterogéneas (hombres y mujeres – jóvenes y adultos). Es un logro constatar que los milenials van llegando a la multiplataforma través de los concursos.
3.2.1. El 50% de los colaboradores y corresponsales han participado, por lo menos en una actividad de capacitación en realidad nacional y regional y en producción de contenidos analógicos y digitales		El 50% de los colaboradores y corresponsales participaron, por lo menos en una actividad de capacitación en realidad nacional y regional y en producción de contenidos analógicos y digitales	Al estar capacitad@s en temas de coyuntura nacional y regional y haciendo uso de las redes han logrado ser referentes en su zona; sumando a ello la credibilidad como agentes de comunicación
4.1.1. El 20% de la programación son espacios regulares	Al término de 2024 la programación de Cutivalú fomenta el	Un total de 24,000 personas seguidoras de	

de mediación entre la comunidad, OSB, estado y sociedad civil y fomentan el debate, reflexión y análisis de los procesos sociales, económicos y políticos que afectan a la población de la región y el país.	debate, reflexión y análisis de la audiencia y seguidores de la multiplataforma de Cutivalú.	la multiplataforma de Cutivalú (38acebook y web) interactúan en la programación de la radio en programas descentralizados, debate, reflexión, análisis políticos y de género. Sí podemos decir que se ha logrado la participación de al menos 3 mil alumn@s de cinco colegios secundarios en programas descentralizados (debates) de Tambogrande, Las Lomas, Paita, VdO, Miraflores – Castilla. Así mismo se han realizado	
--	--	---	--

3.1.5. Principales actividades realizadas. La presente memoria institucional recopila las principales actividades realizadas durante el período 2024 en el área de Contenidos y Participación, reflejando el compromiso de Cutivalú con la promoción de una comunicación popular inclusiva, educativa e informativa. A través de una programación radial diaria, el fortalecimiento de capacidades de nuestros corresponsales, la producción de contenidos con enfoques en equidad de género, ecología integral, democracia y participación ciudadana, derechos humanos y la mejora continua de nuestra infraestructura técnica, hemos consolidado nuestra presencia en el ámbito radial y digital. Estas acciones, detalladas en la tabla adjunta, destacan nuestro esfuerzo por visibilizar voces diversas, abordar temáticas coyunturales y contribuir al desarrollo de una sociedad más informada y equitativa.

Programación diaria ininterrumpida
Posicionamiento en las redes sociales, especialmente en Fb.
Capacitar a los periodistas y corresponsales en los temas de proyectos y realidad nacional
Realizar 2 capacitaciones anuales a los corresponsales en temas de abordaje de información y coyuntural
Implementar un perfil de corresponsales
Capacitar a los corresponsales en transmisiones en vivo y en producción audiovisual
Identificar a mujeres y hombres de las OSB para seleccionarl@s como parte de la red de corresponsales
Mejorar la iluminación de los ambientes de cabina y locutorio para las transmisiones a través de Streamyard
Renovación de quipos como consola, micrófonos, computadora entre otros con la finalidad de mejorar la calidad del audio y la señal de la radio
Elaboración una grilla de planificación con los temas del día que se difunden en radio y en redes.

Limpieza y orden de carpetas para una correcta búsqueda de información y un mejor resultado en la programación
Generación de contenidos informativos y educativos, acorde a la coyuntura
Producción diaria del programa de análisis "Punto de Agenda"
Incluir la participación de mujeres migrantes, afro y con discapacidad, en los programas de Suma Igualdad y QBM
Producción una radionovela con enfoque de mujeres rurales
Producción una radionovela con enfoque de migrantes

3.1.6. Dificultades y medidas tomadas para sus correspondientes ajustes en el área. Cutivalú enfrenta diversas dificultades que impactan en la calidad y alcance de sus contenidos informativos. Las limitaciones identificadas abarcan aspectos como la escasez de personal, deficiencias en infraestructura técnica, falta de protocolos operativos y la necesidad de renovar nuestra red de corresponsales. Las soluciones planteadas buscan optimizar recursos, fortalecer capacidades y mejorar la calidad de nuestra programación, reafirmando nuestro compromiso con una comunicación efectiva y de alcance amplio.

- Entre los principales retos se encuentra la falta de personal dedicado a la producción de contenidos, especialmente para los programas descentralizados. Para superar este obstáculo, se propone la contratación de más personal especializado en información.
- Otra dificultad identificada es la ausencia de un protocolo para la cobertura informativa en campo, lo cual puede afectar la eficiencia y seguridad del equipo. Como alternativa, se sugiere la elaboración de un protocolo específico que regule y oriente estas coberturas.
- Asimismo, la carencia de un transmisor FM impide continuar la programación durante los fines de semana, lo que limita la captación de la audiencia millennial. Para resolverlo, se plantea la compra de un transmisor FM que permita mantener la programación activa en esos días.
- La señal deficiente tanto en AM como en FM representa otra limitación técnica. Para mejorar la nitidez y el alcance de la señal, se recomienda aumentar la altura de la antena retransmisora.
- Además, la falta de micrófonos inalámbricos dificulta la realización de entrevistas en campo. La solución propuesta es adquirir estos equipos para facilitar el trabajo periodístico.
- Finalmente, se observa que la red de corresponsales está poco renovada y ha disminuido en número. Se sugiere renovar de manera paulatina esta red, fortaleciendo así la cobertura informativa en distintas zonas.

La siguiente tabla presenta un análisis de las principales dificultades que enfrenta nuestra organización en el desarrollo de sus actividades radiales, junto con las alternativas de solución propuestas para superar estos desafíos.

Dificultades	Alternativas de solución
Falta de personal para contenidos informativo, incluyendo los programas descentralizados.	Contratar más personal para contenidos informativos
Falta de protocolo para cobertura en campo.	Elaboración de un protocolo para cobertura informativa en campo
Carencia de transmisor para continuar la programación de fin de semana con la finalidad de captar a la población millenia.I	Comprar un trasmisor para programar el contenido de fin de semana
Señal deficiente de la AM y FM	Mejorar la altura de la antena retransmisora para lograr una mejor nitidez en la señal.
Falta de micrófonos inalámbricos para entrevistas.	Comprar micrófonos inalámbricos para entrevistas
Una red de corresponsales poco renovada y disminuida en número	Renovar paulatinamente nuestra red de corresponsales

3.2. Informe de Área de Incidencia y desarrollo Social.

3.2.1. Equipo de colaboradores/as 2024.

Proyecto	Nombres y apellidos
Emprendiendo por la Igualdad	- Keren Bayona flores - Lenin Ruiz Rosales - Julia Astazko - Omayra Carito Feijoo Moran
Mujeres trabajando por la Igualdad	- Ortelia Valladolid Bran - Melissa Farfán Gonzales
Tu vida No tiene precio, denuncia la trata	- Edwin Miguel Márquez Morante - Lucia Mondragón Córdova - Araceli Olivares Aguilar - Jacqueline Mendoza Yamunaque
Mujeres tejiendo redes por una vida libre	- Nadia Carola Agurto Francia - Lorena Rubio Rubio
Coordinadora de Área	- Ortelia Valladolid Bran

3.2.2. Ejes temáticos del Plan Institucional trabajados en el área.

Temas priorizados	• Vigilancia y participación ciudadana • Violencia contra la mujer • Migración y trata de personas
Ejes transversales	• Democracia • Ecología Integral • Género • Innovación y transformación digital

3.2.3. Proyectos ejecutados (Nombre de Proyectos, objetivos, socios y financieras)

En el marco de la lucha por la igualdad de género y la erradicación de la violencia contra las mujeres, se presentan cuatro proyectos estratégicos desarrollados en diversas regiones del Perú. Estas iniciativas, alineadas con los Objetivos de Cutivalú buscan promover la autonomía económica, fortalecer redes de apoyo comunitario y prevenir la violencia de género mediante un enfoque integral y participativo. Cada proyecto cuenta con la colaboración de organizaciones locales e internacionales, así como con el respaldo de instituciones financieras comprometidas con el desarrollo social. A través de acciones concretas en distritos como Chulucanas, La Matanza, Tambogrande y otros, se impulsa el empoderamiento de las mujeres, su inserción en espacios de toma de decisiones y la construcción de entornos libres de violencia.

A continuación, se detallan los objetivos, ámbitos de actuación, socios y financiadores de estas iniciativas, destacando su impacto en la transformación de realidades y la promoción de una sociedad más justa e igualitaria.

Nombre del proyecto	Objetivos y ámbitos	Socios	Financieras
1. Promover la autonomía económica en las mujeres de las redes de soporte y acompañamiento para la prevención de la violencia de género en los distritos de Chulucanas y La Matanza en la Región Piura, en línea con el ODS 5 y 8. “Emprendiendo por la Igualdad”	Contribuir a una vida libre de violencia de género en mujeres que integran las redes de soporte comunitarias y distritales a partir del desarrollo de su autonomía económica Ámbitos: La Matanza y Chulucanas	- Cutivalú: Ejecuta - Taller de solidaridad: Soporte técnico	Xunta de Galicia
2. Fortalecimiento de redes de mujeres rurales para la prevención de la violencia de género y su autonomía económica. “Mujeres trabajando por la Igualdad”	Contribuir al ejercicio del derecho a una vida libre de violencia de género en mujeres de Piura. Ámbitos: Veintiséis de Octubre, Tambogrande, Santa Catalina de Mossa y Catacaos.	- Cutivalú Y Flora Tristan: Ejecutan - AIETI: Soporte técnico	Junta de Andalucía. Agencia española de cooperación
3. Proyecto intercultural para el fortalecimiento de capacidades sociales y mecanismos de articulación para la prevención de la trata de personas en	Se ha contribuido a mejorar la convivencia social en las regiones de Piura y Amazonas, con relación al respeto y la promoción del derecho a la no violencia en sectores sociales vulnerables. Ámbitos	Cutivalú y Saipe: Ejecutan	Misereor Manos unidas

las regiones de Piura y Amazonas. “Tu Vida No tiene Precio, denuncia la Trata”	Piura: Paíta, Veintiséis de Octubre, Tambogrande, Las Lomas, Suyo y Paimas. Amazonas: santa Maria de Nieva		
4. Mujeres de Piura, Cusco y Lima empoderadas y articuladas en la defensa de sus derechos y la prevención de la violencia de genero. “Mujeres tejiendo redes por una vida libre de violencia”	Contribuir a la eliminación de la violencia de género en el Perú promoviendo un mayor protagonismo social y político de las mujeres, en el cumplimiento efectivo de sus derechos y de una vida libre de violencia. Ámbitos: Castilla, Morropón, Catacaos, Tambogrande, Chulucanas y La Matanza	Cutivalú, SEA, WAYRA: Ejecutan Alboan: Soporte Técnico	Gobierno Vasco Diputación Foral de Alaba

3.2.4. Indicadores (POA) y Logros del año 2024. La siguiente tabla presenta los principales indicadores del Plan Operativo Anual (POA) y los logros alcanzados por INTELTA durante el año 2024. Estos resultados reflejan el compromiso de la organización con su misión social y el impacto positivo generado en la vida de los y las beneficiarias. Entre los logros más destacados del año se encuentran:

1) Fortalecimiento de redes de mujeres a nivel distrital

- Se crearon y pusieron en funcionamiento 11 redes de mujeres en igual número de distritos, todas con planos de trabajo activos.
- Un promedio de 350 mujeres integra estas redes, quienes han sido capacitadas para fortalecer sus capacidades individuales y colectivas.
- Se brindó capacitación especializada sobre el delito de trata de personas a 6 redes distritales.

2) Acompañamiento efectivo a víctimas de violencia

- Más de 200 mujeres víctimas de violencia han recibido acompañamiento por parte de integrantes de las redes.
- Se observará un incremento en el número de denuncias de violencia en los distritos donde las redes están presentes, reflejando mayor confianza y acceso a la justicia.

3) Empoderamiento económico de mujeres.

- Más de 250 mujeres de 5 distritos recibieron capacitación en empoderamiento económico.
- 200 mujeres elaboran sus propios planes de negocio.
- Se entregaron 81 capitales semilla, permitiendo a igual número de mujeres iniciar sus propios emprendimientos.

4) Promoción de masculinidades positivas

- 40 hombres, familiares de las mujeres de las redes en Chulucanas y La Matanza, fueron capacitados en masculinidades positivas y

diversas, contribuyendo a la transformación de roles y relaciones de género.

- Capacitación y liderazgo comunitario en la prevención de la trata de personas
- 138 líderes comunitarios de 6 distritos fueron capacitados en prevención de la trata de personas.
- 50 líderes organizan y participan activamente en acciones preventivas, de control y vigilancia en coordinación con los Comités Distritales de Seguridad Ciudadana (CODISEC).

5) Incorporación de la problemática de trata de personas en la gestión pública

- 6 CODISEC han incorporado la temática de tratamiento de personas en sus planos de gestión y realiza acciones de fiscalización en bares y cantinas para la identificación y regulación de posibles casos.

6) Sensibilización y formación en instituciones educativas.

- 6 instituciones educativas focalizadas participaron en el programa, capacitando a 132 docentes, 600 estudiantes y 300 madres y padres de familia en la prevención de la trata de personas.

7) Difusión y sensibilización a través de medios de comunicación.

- 45 comunicadores/as y corresponsales de Piura, Jaén y Santa María de Nieva fueron capacitados en el abordaje de la lucha contra la trata de personas y la prevención de la violencia de género, promoviendo la difusión de mensajes preventivos en los medios.

Estos logros reflejan el impacto directo en la mejora de la calidad de vida de las beneficiarias, el fortalecimiento de las capacidades comunitarias y el avance en la prevención y atención de la violencia y la trata de personas, en línea con la misión social de INTELTA. A continuación, se detallan los indicadores y logros específicos alcanzados durante el 2024:

Indicadores	Logros
75% de 11 redes de mujeres creadas y funcionando a nivel distrital.	- 11 redes creadas y en funcionamiento, en 11 distritos. Cuentan con planes de trabajo. - Un promedio de 350 mujeres integra las 11 redes. - Un promedio de 350 mujeres integrantes de las redes ha sido capacitado para fortalecer sus capacidades individuales y colectivas. - 6 redes de mujeres del mismo número de distritos se han capacitado en el delito de trata de personas
N° de mujeres que acompañan a 100 mujeres víctimas de violencia.	- Más de 200 mujeres víctimas de violencia han sido acompañadas por mujeres de las redes. - Incremento de los casos de denuncia en los distritos, donde las redes están presentes.
50% de mujeres que reciben capacitación en emprendimientos económicos, cuentan con planes de negocio y han recibido capital semilla.	- Más de 250 mujeres de las redes de 5 distritos han sido capacitadas en empoderamiento económico y de estas 200 hay elaborado sus planes de negocio. - Entrega de 81 capital semilla al mismo número de mujeres, quienes han puesto en marcha sus negocios.
75% de 50 hombres que han recibido capacitación en masculinidades diversas.	- 40 hombres familiares de las mujeres de las redes de Chulucanas y La Matanza, han recibido capacitación en masculinidades positivas y diversas.

75% de 138 líderes comunitarios capacitados en prevención de trata de personas y realizan acciones de incidencia en sus distritos.	- 138 (100%) de líderes comunitarios de 6 distritos capacitados en temática del delito de trata de personas. - 50 líderes comunitarios organizan y participan en acciones preventivas, de control y vigilancia en coordinación con los CODISEC.
N° de CODISEC incorporan la problemática del delito de trata de personas en sus planes de gestión.	- 6 Codisec han incorporado la temática de trata de personas en sus planes de gestión. - 6 Codisec realizan acciones de fiscalización en bares y cantinas, para la regulación y la identificación de casos de trata de personas.
N° de instituciones educativas capacitadas y acompañadas en la lucha contra la trata de personas.	- 6 II.EE focalizadas, de las que se han capacitado a 132 docentes, 600 estudiantes y 300 madres y padres de familia.
N° de corresponsales capacitados, difunden productos comunicacionales contra la trata de personas.	- 45 comunicadores/as y corresponsales de Piura, Jaén y Santa María de Nieva capacitados en el abordaje de la lucha contra la trata de personas y prevención de violencia de género en los medios de comunicación.

6.1.2. Dificultades y medidas tomadas para sus correspondientes ajustes

en el área. Durante el desarrollo de las actividades en el área, se identificaron diversas dificultades que afectaron el cumplimiento óptimo de los objetivos propuestos. Entre las principales dificultades se destacan la falta de recursos materiales adecuados, la limitada disponibilidad de tiempo para la ejecución de ciertas tareas y la necesidad de fortalecer la capacitación del personal involucrado. Para afrontar estas situaciones, se implementaron una serie de medidas correctivas.

- En primer lugar, se gestionó la adquisición de los materiales necesarios, priorizando aquellos de mayor impacto en el desarrollo de las actividades.
- Asimismo, se reorganizó el cronograma de trabajo, permitiendo una mejor distribución del tiempo y facilitando la realización de las tareas pendientes.
- Finalmente, se promovieron jornadas de capacitación y actualización para el personal, enfocadas en las áreas que presentaban mayores retos.

Gracias a estas acciones, se logró mejorar el desempeño general del área, optimizando los procesos y favoreciendo el logro de los objetivos establecidos. En resumen, la identificación oportuna de las dificultades permitió la aplicación de ajustes pertinentes, lo que contribuyó al mejoramiento continuo y al logro de los objetivos propuestos en el área.

Dificultades	Medidas tomadas
En campo ✓ Alta rotación de personal en los gobiernos locales y otras instituciones, retrasan avances. ✓ Horarios para la ejecución de actividades de acuerdo a intereses y necesidades del público objetivo de los proyectos.	En campo ✓ Reuniones y coordinaciones permanentes. ✓ Desde la postulación (entrevista) del personal para el equipo técnico del proyecto se deja claridad en la disponibilidad de los tiempos. Se hace compensación de tiempos, si así se requiere.

✓ Indiferencia y machismo de operadores, autoridades y funcionariado no permite avanzar en los procesos. <u>Institucional</u> ✓ No existe un baño en el segundo piso, solo existe uno en el primer nivel y es insuficiente. ✓ Limitados equipos tecnológicos como: proyectores, laptop, cámara fotográfica, etc. ✓ Desacuerdos, desinterés e indiferencia de algunas y algunos colaboradores del área de contenidos para poner en práctica la transversalización de enfoques de género y derechos en los productos comunicacionales. ✓ Débil ruta para la difusión y publicación de productos comunicacionales en las distintas plataformas de Cutivalú. (desencuentros) ✓ No existe uso de redes sociales como: Tiktok, Integran, SoundCloud, para un mayor alcance de audiencia, ya que en los proyectos existen indicadores a cumplir.	✓ Jornadas de capacitación y sensibilización, con respaldo normativo. <u>Institucional</u> ✓ Se ha tomado como pausa activa, bajar al único baño que existe. ✓ Coordinación estrecha con gobiernos locales. ✓ Monitorear la puesta en práctica de los programas de capacitación realizados. ✓ Establecer ruta de actuación para la difusión y publicación. ✓ Organizar responsabilidades.
---	---

4. SOPORTE INSTITUCIONAL (DATOS ECONÓMICOS).

4.1. Cuenta de resultados: El balance financiero 2024 entre ingresos y gastos.

4.2. La procedencia de los ingresos. (Oficina de Marketing)

4.2.1. Metas y logros de la Oficina de Marketing 2024.

Objetivo específico: 1.5. Identificar y caracterizar las nuevas ventanas de mercado y los nuevos consumos de los públicos objetivos y audiencias priorizadas, para la generación y comercialización de productos analógicos (offline) y digitales (online) innovadores en el posicionamiento de la marca y la generación de ingresos propios.			
Resultados	Indicadores	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
*El 20% de ingresos propios se genera de la línea de negocio de venta de publicidad en web.	Incremento de visitas en web en un 15% anual, partiendo desde el 01 de febrero 2024.	70% *pendiente métricas.	Propuesta de publicación en multiplataforma. Para anunciantes y agencias.
*El 20% de ingresos propios se genera de la línea de negocio de consultorías o FRS.	Captación de nuevos clientes	100% 12 visitas realizadas a la fecha con el Director de Cutivalú.	Compromiso de instituciones en trabajar su estrategia comunicacional y capacitación a su personal con Cutivalú para el 2025.
*El 10% de ingresos propios se genera de la línea de negocio de redes sociales.	Incremento de seguidores en redes y radio.	80% Anunciantes *pendiente métricas.	Contratos de publicidad sólo en redes sociales. Solicitud para crear analítica para ingresos en redes.
Objetivo específico: 3.5. Conseguir el posicionamiento de marca e imagen corporativa de Cutivalú como única radio visual, mediante estrategias de publicidad digital y convencional. (online) innovadores en el posicionamiento de la marca y la generación de ingresos propios.			
Resultados	Indicadores	Avances (cuantitativo)	Logros (Cualitativo)
Tener presencia en los aniversarios de cada provincia de la región Piura y en los barrios más representativos de Piura, Castilla, 26 de Octubre y Catacos.	Incremento de seguidores en Redes, radio en vivo y app	100%, se trabajó con los directorios de la muni de Piura y Castilla, para las fechas de aniversarios de A.H. De Enero a Julio Suspendido de Julio a Diciembre, por falta de presupuesto.	Se suspendió por falta de presupuesto.
Invitar a colegios y/o universidades o institutos a conocer las instalaciones y la experiencia de Radio Cutivalú como medio regional y su	Registro de visitas y cartas de invitaciones	80% Se invitaron a 10 instituciones educativas para conocer el quehacer de la radio.	Comunidad educativa y Padres y madres de los estudiantes, siguieron el programa: "Mi escuela: de puertas abiertas" en las redes sociales. *pendientes métricas.

aporte al Desarrollo de Piura.			
Formar parte de las mesas técnicas de las municipalidades de Piura, Castilla, 26 de Octubre y Catacaos, participando de actividades y promoviendo el cuidado del medio ambiente.	Reacciones e interacciones del público	50%, Se ha logrado articular con Municipalidades de Veintiséis de Octubre, Castilla y Piura. Suspendido de julio a diciembre.	Suspendido de julio a diciembre por falta de presupuesto.
Contar con un ejecutivo de venta para campañas puntuales.	Ventas captadas con nuevos clientes o recuperados Directorio	100% Se incorporó a un ejecutivo más en la venta free lance.	Nuevos clientes. Continuidad de servicio. Se renuevan pautas cada 3 meses.
Equipo de Cutivalú se involucra en las ventas.	Incorporación de nuevos clientes Directorio	20% Elaborar Incentivos y forma de pago.	Se encuentra pendiente de elaborar incentivos y recompensas con el administrador.
Incremento de ingresos en un 10% en comparación con el 2023	Visitas, gestión comercial y nuevos productos.	+ 100% Facturado año 2023 Neto 624,769.56 Facturado 2024 607,267.39 + Contrato ganado ENOSA: 189,071.94 Total, generado: 796,339.33	Clientes involucrados en la multiplataforma.

4.2.2. Actividades realizadas por Oficina de Marketing.

- 1) **Cuidado del personal de la institución.** A través de la Oficina de Marketing se viene trabajando de manera estratégica desde el 2024 el cuidado de los colaboradores y colaboradoras a nivel personal, emocional y corporativo. Para ellos en el 2024 se firmó un convenio con el Hospital Especializado San Juan de Dios Piura, a fin que de manera permanente nos ayuden a mejorar el clima laboral, reciban orientación en situaciones personales, además se ha incluido la actividad física a pedido de los mismos colaboradores. Asimismo, se viene elaborando un programa de recompensas o premiación simbólica para cada uno de los colaboradores. A la fecha, este trabajo que se articula con todas las áreas tiene resultados favorables en clima laboral institucional.
- 2) **Lanzamiento de programa juvenil.** Se ha logrado sostener el primer programa juvenil en Piura, que se lanzó desde Octubre del 2024, en el cual los adolescentes de tercero, cuarto y quinto de secundaria, producen y conducen su programa “Conexiones juveniles”, programa

transmedia que ofrece un espacio para que los jóvenes presenten sus temas, desde sus propias vivencias, son ellos mismos quienes colocan la agenda. Actualmente, el equipo está integrado por 10 voluntarios. El programa es supervisado por la Jefa de Contenidos y participación y la responsable del área de marketing.

- 3) Proyecto Construyendo juntos proyectos de vida.** Desde la Oficina de Marketing y Ventas se ha ejecutado dicho proyecto desde hace 8 años, el mismo que es financiado por la empresa Cementos Pacasmayo. El proyecto se dirige a los niños de primero, segundo y tercero de secundarias, padres, madres y docentes. El objetivo es promover el desarrollo integral de adolescentes para reducir riesgos en su adecuado proyecto de vida. Mejorar las relaciones de padres a hijos, actuar en casos de violencia, Bull ying, deserción escolar y consumo de drogas.

Institución Educativa 20138 (lugar de ejecución) La Institución Educativa 20138, ubicada en el distrito Veintiséis de Octubre, Piura, es una escuela pública de gestión directa que ha estado en funcionamiento desde su creación el 6 de abril de 1993. Esta institución se dedica a la educación primaria y secundaria (1°, 2° y 3°) y se caracteriza por su enfoque en el desarrollo integral de sus estudiantes.

Información General

Tipo de Institución: Pública, gestión directa.

Ubicación: ENACE IV etapa, distrito Veintiséis de Octubre, Piura.

Niveles Educativos: Primaria y secundaria (1°, 2° y 3°).

Turnos: Clases en turno mañana y tarde.

6.1.2. Balance de Ventas e ingresos (Marketing)

INSTITUTO TELEDUCATIVO LOS TALLANES														
INGRESOS														
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2024														
Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total soles	
1 Producción radial nacional			11,464	2,528	12,150	5,575	4,540	5,146	975	37,688	25,646	26,028	131,740	
2 Producción radial regional	15,907	15,632	14,210	6,592	15,714	12,237	17,020	11,503	42,045	19,174	5,288	22,605	197,926	
3 Comunicados	3,904	1,604	3,144	12,544	0	5,003	7,124	1,168	0	3,322	23,161	4,116	65,089	
4 Ingresos Varios	4	127	7	0	0	102	0	4	7	0	4	89	343	
5 Servicios Red de Radios				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
6 Servicio Web			996	0	72	42	1,547	1,695	110	169	136	339	5,106	
7 Producción radial electoral				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
8 Alquiler de espacios radiales	8,051	10,763	4,788	7,076	7,076	14,009	1,356	4,831	5,169	9,068	9,237	5,890	87,314	
9 Consultoria				57,957	0	0	0	0	0	0	0	57,957	115,915	
10 Auspicios				2,500	-21	0	0	0	0	0	1,186	0	3,665	
11 Avisos				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
12 Canjes				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
13 Cursos														
Ventas Marketing	27,865	28,127	34,609	89,197	34,990	36,968	31,586	24,346	48,307	69,422	64,658	117,024	607,098	100%
14 Otros ingresos				0	0	0	0	0	0	0	0	169	169.49	
15 Alquiler de vehiculos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
16 otros ingresos de Gestión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Ventas Institucional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	169.49	169.49	0%
TOTAL S/	27,865	28,127	34,609	89,197	34,990	36,968	31,586	24,346	48,307	69,422	64,658	117,193	607,267	100%

4.2.2. Ingresos por los proyectos.

Ingresos por los proyectos		
Fecha	Financiera	Transferencia
19/12/2024	Diputación foral de Alava	S/40,548.72 soles
16/08/2024	Gobierno Vasco	S/16,891.91 soles
14/11/2024	Gobierno Vasco	S/212,006.98 soles
31/05/2024	Xunta de Galicia	S/311,995.08 soles
30/01/2024	Misereor	S/100,212.50 soles
21/05/2024	Misereor	S/158,644.00 soles
06/06/2024	AACID	S/158,096.50 soles
11/11/2024	AACID	S/213,371.82 soles
19/03/2024	Manos Unidas	S/44,658.11 soles
17/12/2024	Manos Unidas	S/43,068.93 soles
Total		S/1,299,494.55 soles

4.3. Egresos.

GASTOS														
Ejecución - Partidas Presupuestales- 2024														
Partida	Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Soles														
1.00	INVERSIONES													26,469
112	Edificaciones	20000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20,000
113	Maquinaria y Equipo	169	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	169
114	Equipo de transporte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
115	Muebles y Enseres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
116	Equipos de Computo	0	0	4350	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4350
118	Bienes para beneficiarios	0	0	1949.17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1949
2.00	Gastos de Personal													471,117
211	Remuneraciones	28033	32524	32474	33124	34028	32987	28482	29341	21808	16042	17552	14431	320,828
212	Gratificaciones	0	601	0	0	1585	3900	28545	1567	1750	0	3419	14144	55,511
213	Leyes Sociales	2746	3145	3141	3199	3279	2980	2618	2678	1987	1597	1733	1498	30,602
214	Bonificación	2540	2524	2470	2470	2613	2821	5039	2411	1928	1770	2089	3543	32,217
215	Beneficios Sociales	3291.46	3462.16	3332	3070.36	3,316	3121.85	2884	2523	2067.01	1831.08	1721.44	1339.27	31959
3.00	Gastos material fungible													9,443
311	Materiales para mantenimiento y	0	15	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	43
312	Combustibles y Lubricantes	13	25	273	249	49	254	339	136	232	144	42	286	2,042
313	Repuestos y Accesorios	0	79	85	365	94	21	125	35	0	84	168	227	1,283
314	Materiales de Escritorio	35	0	0	161	153	70	53	0	123	104	104	173	976
316	Suscripciones	0	236.2	0	0	228	0	0	0	0	686.8	161	0	1312
317	Materiales de computo	36.83	0	0	0	0	780.51	0	0	0	0	0	0	817
319	Materiales de Seguridad.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
321	Alimento para animales	0	617	0	0	0	0	0	581	0	0	0	0	1,198
323	Material de limpieza	71	746	95	125	303	0	0	174	0	0	167	0	1,679
324	Medicinas	0	26	0	0	67	0	0	0	0	0	0	0	93
328	Materiales para Capacitacion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4.00	Servicios													185,929
411	Mantenimiento y Reparación	1890	2180	1670	1771	1503	932	551	611	1128	551	797	2271	15,854
412	Movilidad Local	1029	1835	1832	2594	2344	1838	1002	871	681	564	655	328	15,572
413	Pasajes	1400	125	579	1539	470	219	85	60	70	10	15	0	4,571
414	Servicios Públicos	3159	149	557	89	3277	2921	0	143	89	0	1288	2961	14,632
415	Servicios por Locación	1500	1500	1500	2250	1,500	2500	500	2500	1500	2000	1500	1500	20,250
416	Servicios Particulares	14672.83	4062.89	8987.29	3026.44	3,013	2500	2340	3451	7847.28	4509.37	4265.52	9368.59	68,044
417	Eventos para beneficiarios						250	63	0	180				493
419	Gastos Financieros	531	517	510	614	596	551	539	524	579	554	556	560	6,630
420	Asesores y Consultores	0	0	0	300	0	0	0	0	0	0	0	0	300
421	Gastos judiciales y notariales	0	0	0	55	0	0	51	0	169	108	0	17	400
422	Encuadernación y Empaste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
424	Tasa de impuestos	1430	3724	840	980	1172	909	294	463	776	460	522	1132	12,703
425	Atenciones Institucionales	0	0	0	80	0	0	70	50	0	0	0	0	200
426	Apoyo alimentario	18	0	332	859	2252	28	265	123	101	625	110	261	4,974
427	Arrendamiento de inmuebles	300	271	0	0	0	0	254	0	0	0	0	0	825
428	Alojamiento	0	0	0	0	567	0	0	0	0	0	0	0	567
429	Publicidad	2022.66	0	0	720.34	720	720.34	720	1023	720.34	6948	1020.34	1862.44	16,479
430	Seguros	394	254	0	0	750	0	0	0	2036	0	0	0	3,434
431	Comunicación Radial		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.00	Formacion de Personal													0
511	Formacion de personal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6.00	Evaluación y Auditoría													0
612	Auditoría	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7.00	Otros Gastos													3,904
711	Cuotas a Instituciones	218	218	218	218	218	218	218	218	0	0	0	870	2,610
712	Premios para concurso	0	0	0	0	0	571	0	0	722	0	0	0	1,294
714	Donaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Mes		85,499.08	58,835.98	65,221.87	57,858.21	64,095.86	61,093.14	75,036.72	49,483.18	46,492.58	38,589.37	37,884.49	56,771.13	696,861.61

6. COLABORADORES Y RED RELACIONAL.

El Proyecto Estratégico Institucional (PEI) de Cutivalú se fundamenta en la construcción de alianzas sólidas y estratégicas que potencian su labor en el desarrollo social, educativo y comunitario de la región de Piura. A través de una extensa red de colaboradores y socios, que incluye centros sociales, instituciones educativas, organizaciones internacionales, fundaciones y actores del sector privado, Cutivalú fomenta la colaboración intersectorial para abordar los desafíos regionales y promover un desarrollo integral. Este resumen destaca las principales redes y alianzas que sustentan la misión de Cutivalú, evidenciando su compromiso con la transformación social y el bienestar colectivo.

Resumen de Redes y Alianzas de PEI Cutivalú. PEI Cutivalú ha establecido una amplia red de alianzas estratégicas para fortalecer su impacto en el desarrollo social, educativo y comunitario. Estas redes se dividen en varias categorías:

Centros Sociales:

- **CIPCA:** Colaboración en esfuerzos conjuntos.
- **SEA:** Participación en consorcio.
- **SAIPE:** Alianzas en proyectos específicos.
- **WAYRA y KALLPA:** Formulación de propuestas de convenio.

Redes Educativas:

- **Fe y Alegría 49 e Instituciones Educativas:** Trabajo conjunto en educación.
- **Universidad Privada Antenor Orrego:** Convenio establecido.
- Entidades públicas como **DREP, UGEL Piura, UGEL Tambogrande y UGEL Chulucanas.**

Redes Priorizadas:

- **Plataforma Apostólica, ALER, Red de Radio Jesuitas, SEPSI, SERE Locales (a través de proyectos), Instancias de Concertación, MCLCP Regional, Mesa Regional de Cooperación Internacional, Mesa Multiactor y Comisión Regional Contra la Trata de Personas.**

Cooperación Europea y Fundaciones:

- Organizaciones como **ALBOAN, AIETI, ADVENIAT, MISEREOR, Manos Unidas, Cáritas Sevilla, Kindermission, Fundación de Religiosas de la Salud, Taller de Solidaridad, Prosalus y Fundación Heres.**

Sector Privado y Otros:

- **Empresa Pacasmayo y ODP – Jesuitas.**

Estas alianzas reflejan el compromiso de PEI Cutivalú con la colaboración intersectorial para promover el desarrollo integral en la región.

6. PROYECCIONES 2025.

6.1. Institución y áreas (Ortelia, Gladys y Wilmer).

a) Dirección 2025.

1) Fortalecer el sistema de transmisión de radio analógica.

- La AM ha comenzado el año funcionando al 40% de su capacidad. Se hará una inversión de 27 mil soles para ponerlo a funcionar 80% de su capacidad.
- La FM está funcionando al 25%. No se cuenta con transmisor, puesto que se quemó el año pasado. Actualmente esta funcionando con un transmisor que está en estado de obsolescencia. Dos acciones deben hacer:
 - a. Comprar un transmisor FM nuevo para recuperar la potencia de la señal. El proyecto ya se está gestionando con al ODP.
 - b. Reparar el transmisor FM que se ha quemado, para tenerlo como respaldo permanente. Ya se está gestionando su reparación, debe ser transportado a la Ciudad de Jaén para que el Ingeniero Herles Alverca pueda diagnosticar y reparar.

2) Mejorar la plataforma WEB. La multiplataforma digital demanda una mejora en sus componentes para responder a las demandas de información de la audiencia Cutivalú. Tres acciones deben realizarse el 2025.

- a) La actual plataforma es una plancha que no tiene mucha capacidad para dinamizar los contenidos en red. Se hace necesaria una página web dinámica, flexible y versátil, que responda a las necesidades de las redes sociales y sea adecuada para toda la información que Cutivalú Produce. Ya se cuenta con 20 mil soles para su diseño y puesta en marcha.
- b) Reactivar el APP. El aplicativo ha sido eliminado de la internet. La causa se debe a que la Internet actualmente cobre impuestos a los servicios. El aplicativo anterior se diseñó en un momento en que no se cobraba impuestos. Además, ese APP tenía la capacidad para 500 personas conectadas simultáneamente. En efecto, a la fecha de este informe, el nuevo APP de radio Cutivalú ya está en prueba. Se ha diseñado para una audiencia simultánea de 5 mil personas.
- c) Buscar fondos para un comunicador CEO o especialista en producción y difusión para redes sociales. Las demandas de información por internet y redes sociales ponen desafíos a la misión de Cutivalú de dar información a sus audiencias, que sea de manera adecuada y por los canales pertinentes. Para esta acción debemos apoyarnos en los proyectos de cooperación internacional.

- 3) Construcción de estación y oficinas para el funcionamiento de Radio Cutivalú. Ya es un pedido de la Compañía de Jesús que Cutivalú piense su proyecto de salida del actual lugar donde están las oficinas y la estación de producción y transmisión de Radio Cutivalú. Este año debemos pensar el proceso en coordinación con CIPCA. Las inversiones que deben realizarse no son claras menos la procedencia de los fondos que se necesita para hacer la construcción.
- 4) Llevar una gestión que genere ahorros. Actualmente hay un déficit financiero en Cutivalú. Gracias a la nueva administración se está conduciendo sin endeudar a la institución. Se ha proyectado para el 2025 generar ahorros institucionales.

b) Área de Incidencia y Participación.

- 1) Formulación de 3 proyectos sociales, 2 para la prevención de violencia y 1 para la prevención y protección a víctimas de trata de personas.
- 2) Declarar a 06 Instituciones educativas como promotoras contra la trata de personas, en coordinación con la DREP, Ugel y Municipalidades.
- 3) Poner en marcha el proyecto “Juntas por la igualdad”, en distritos de Chulucanas, La Matanza y Catacaos. Componentes emprendimiento y empleabilidad.
- 4) Capacitación de 120 mujeres de 3 redes de soporte para el conocimiento de sus derechos económicos y laborales.
- 5) Acompañar a las 11 redes para la elaboración y validación de 11 agendas locales de las mujeres.
- 6) Acompañar la formalización de 40 negocios de mujeres de las redes.
- 7) Acompañar la inserción laboral de 30 mujeres en empresas agroindustriales y otras.
- 8) Suscripción de convenios con empresas privadas y colegios profesionales.
- 9) Capacitar y sensibilizar a 90 hombres familiares de las mujeres de las redes de 3 distritos.

c) Área de Contenidos y Participación.

6.2. Marketing 2025.

PROYECCIÓN PRESENTADA - MARZO 2025												
MESES Y RUBROS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
PRIVADO	25,182.28	32,546.68	4,419.50	9,925.11	19,302.24	19,017.48	16,585.32	11,623.81	16,462.76	23,157.16	31,818.55	22,157.64
ESTADO				5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	22,000.00
CONTRATO ENOSA			8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
PRIVADO CONCESIÓN			2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
ESTADO CONCESIÓN			4,875.00	4,875.00	4,875.00	4,875.00		4,875.00	4,875.00	4,875.00	4,875.00	
ONG				5,000.00	5,000.00	8,755.59	3,279.66	3,505.42	19,155.20			4,231.32
CONSULTORIA				77,028.45	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00			
CANJE												
REDES				300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
WEB				300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
TOTALES NETO	25,182.28	32,546.68	19,794.50	112,928.56	50,277.24	53,748.07	40,964.98	41,104.23	61,592.96	44,132.16	52,793.55	59,488.96
												594,554.17

5.3. Presupuesto 2025.

PRESUPUESTO 2025															
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	%
Ingresos		27,864.78	28,126.58	14,760.77	40,000.00	70,000.00	S/66,073.21	S/92,537.10	S/97,524.92	S/96,804.33	S/102,906.86	S/67,335.53	S/87,686.01	S/791,620.11	
Egresos		S/57,673.01	S/67,190.64	S/70,917.55	S/49,337.31	S/63,926.79	S/53,536.11	S/73,012.18	S/60,720.59	S/63,897.47	S/80,571.33	S/59,649.53	S/82,591.53	S/783,024.03	
Inversiones		S/300.00	S/500.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/5,000.00	S/0.00	S/0.00	S/15,000.00	S/0.00	S/0.00	S/21,200.00	2.71%
Gastos de Personal		S/27,672.08	S/27,672.08	S/27,672.08	S/27,672.08	S/42,020.75	S/27,672.08	S/54,744.16	S/27,672.08	S/27,672.08	S/27,672.08	S/42,020.75	S/54,744.16	S/414,906.45	52.99%
Gastos material fungible		S/1,160.00	S/18,360.00	S/5,450.00	S/2,310.00	S/2,210.00	S/7,610.00	S/2,610.00	S/4,900.00	S/3,310.00	S/12,110.00	S/2,510.00	S/2,710.00	S/65,250.00	8.33%
Servicios		S/28,240.93	S/14,108.56	S/16,545.47	S/14,488.56	S/15,229.37	S/13,787.36	S/6,191.35	S/23,681.84	S/16,998.72	S/21,322.58	S/10,652.11	S/20,670.70	S/201,917.55	25.79%
Formación de personal		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/4,000.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/4,000.00	0.51%
Auditoría		S/0.00	S/0.00	S/14,700.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/7,450.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/22,150.00	2.83%
Otros gastos		S/300.00	S/6,550.00	S/6,550.00	S/4,466.67	S/4,466.67	S/4,466.67	S/4,466.67	S/4,466.67	S/4,466.67	S/4,466.67	S/4,466.67	S/4,466.67	S/53,600.03	6.85%
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		S/29,808.23	S/39,064.06	S/56,156.78	S/9,337.31	S/6,073.21	S/12,537.10	S/19,524.92	S/36,804.33	S/32,906.86	S/22,335.53	S/7,686.01	S/5,094.48	S/8,596.07	

Leyenda	
Meses de ingreso menor-historico	S/0.00-S/30000.00
Meses de ingreso medio -historico	S/30000.00-S/45000.00
Meses de ingreso mayor -historico	S/45000.00-S/130000.00

7. Anexos