



**PACTO MUNDIAL**  
**Informe de Progreso 2010**

**PACTO MUNDIAL**  
**Informe de Progreso 2010**

---

**GRUPO RPP**

<b>Dirección Web</b>	: <a href="http://www.gruporpp.com.pe">www.gruporpp.com.pe</a>
<b>Alto Cargo:</b>	: Hugo Delgado Nachtigall, Presidente Ejecutivo.
<b>Año de adhesión:</b>	: 2006
<b>Actividad específica</b>	: Producción de contenidos para medios de comunicación.
<b>Medios de comunicación</b>	: Radio RPP Noticias, Studio 92, Oxígeno, Radio Felicidad, Radio La Mega, Radio Capital, RPP Noticias Canal 10 TV.
<b>Visión</b>	: Integrar a los peruanos, en la búsqueda de una mejor calidad de vida a través del entretenimiento y la información.
<b>Misión</b>	: Somos un grupo multimedia de alcance nacional e internacional, que produce y difunde contenidos para diversas plataformas mediante un compromiso claro con nuestras audiencias, colaboradores, anunciantes y accionistas.
<b>Principios</b>	: Derecho ciudadano a la información, independencia, libertad de expresión, defensa y fortalecimiento del sistema democrático, promoción de la empresa privada y la libre competencia, fortalecimiento de la identidad nacional.
<b>Valores</b>	: Visión positiva del futuro, vocación de servicio, innovación, conducta ética, respeto.
<b>Grupos de interés</b>	: Colaboradores, accionistas, clientes, proveedores, gobierno, comunidad, audiencia, medio ambiente.
<b>Difusión del informe</b>	: Mecanismos de comunicación interna.
<b>Persona contacto</b>	: Raúl Pasco Ames, Gerente de Responsabilidad Social. <a href="mailto:rpasco@gruporpp.com.pe">rpasco@gruporpp.com.pe</a>

**PACTO MUNDIAL**  
**Informe de Progreso 2010**

---



**Declaración de continuidad de apoyo al Pacto Mundial**

Lima, 28 de abril de 2011

Señor:

George Kell

Director Ejecutivo Global Compact.

Naciones Unidas.

De mi mayor consideración.

Es muy grato dirigirme a Usted para hacerle llegar mis más cordiales saludos y remitirle, adjunto a la presente, el Informe de Progreso del Grupo RPP el cual presenta nuestras acciones y resultados correspondientes al año 2010 en torno de los 10 Principios del Pacto Mundial.

Al mismo tiempo me complace reiterar el compromiso del Consejo Directivo del Grupo RPP por continuar apoyando las iniciativas de la Red del Pacto Mundial y sus 10 principios rectores, en el marco de nuestra visión institucional de *"Integrar a los peruanos, en la búsqueda de una mejor calidad de vida a través del entretenimiento y la información"*.

Sin otro particular, agradeciéndole por su atención, reitero a Usted las muestras de mi mayor consideración.

Atentamente,  
GRUPO RPP S.A.

Hugo Delgado Nachtigall

Gerente General

Hugo Delgado Nachtigall

Presidente Ejecutivo

Grupo RPP

HDN/rpa

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

## **DERECHOS HUMANOS**

En el año 2010, el Grupo RPP ha desarrollado una Guía de Conducta denominada “El Compromiso del Grupo RPP”<sup>1</sup> que señala su compromiso con los Derechos Humanos consagrados en la Constitución Política del Estado Peruano, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, así como con el cumplimiento de los 10 Principios del Pacto Mundial.

**Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia.**

El “COMPROMISO del Grupo RPP” hace precisiones concretas respecto del apoyo, respeto y protección de los Derechos Humanos en el ámbito de su misión como medio de comunicación. Por ejemplo, define el derecho ciudadano a la información como uno de sus principios y –respecto de los comunicadores- señala que “nunca se difundirán contenidos que violen los Derechos Humanos”, “no se difundirán contenidos que inciten a la violencia o hagan apología de ella”, “no se difundirán contenidos que denoten discriminación de ideologías, religión, sexo, raza, procedencia social o cultural o de cualquier otra índole” y que “se respetará la intimidad y el honor de todas las personas, en especial de los menores de edad, de acuerdo a ley”.

El compromiso del Grupo RPP con los Derechos Humanos, también se refleja en sus diversos contenidos de programación. Durante el año 2010, se desarrollaron programas y campañas

---

<sup>1</sup> Publicación y difusión interna prevista para el 2011. Las siguientes secciones también se hace referencia explícita a dicho documento.

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

especiales relacionadas con las diferentes dimensiones de los Derechos Humanos, como puede mostrarse a continuación:

#### **▪ Derecho a la solidaridad**

Se realizó la décima edición del Premio Integración y Solidaridad<sup>2</sup>, con el propósito de destacar y premiar el compromiso y el esfuerzo de las personas, instituciones y empresas dedicadas a promover proyectos y acciones solidarias y constructivas a favor de las poblaciones localizadas en las zonas más alejadas a fin de hacer del Perú un mejor país. Algunos de los resultados logrados se muestran a continuación:

- Candidaturas recibidas
  - 286 candidaturas presentadas (111 en categoría personajes, 145 en categoría institución y 30 en categoría empresas)
- Difusión de casos de éxito
  - 52 proyectos difundidos en la categoría personajes, a través de RPP Noticias
  - 76 historias difundidas en la categoría instituciones, a través de RPP Noticias
  - 15 historias difundidas en la categoría empresas, a través de RPP Noticias.
  - 03 videos difundidos, mostrando la experiencias de los finalistas y ganadores del premio
- Premios
  - 03 premios otorgados , a razón de uno por categoría

---

<sup>2</sup> <http://radio.rpp.com.pe/integracionysolidaridad2009/> (25.02.11)

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

#### ■ **Derecho a la Información**

“El COMPROMISO del Grupo RPP” señala el *Derecho a la Información* como uno de los principios del Grupo RPP, por tanto contribuye al progreso de la sociedad brindando contenidos informativos y de entretenimiento que faciliten a los ciudadanos la información necesaria para la responsable toma de decisiones en los asuntos que afecten su desarrollo y la mejora de su calidad de vida, así como la de sus conciudadanos y la del país en general.

Por otro lado, Radio Capital continuó promoviendo el *derecho a la opinión* de la población bajo el slogan “tu opinión importa”<sup>3</sup>. En su segundo año de operación triplicó su audiencia y fue catalogada por los líderes de opinión en el segundo lugar entre las mejores radios, entre las radios informativas preferidas y entre las emisoras que brindan la información más confiable. El primer lugar fue asignado a RPP Noticias<sup>4</sup>.

#### ■ **Derecho a una vida física y mental saludable**

RPP Noticias difundió la cuarta versión Campaña de Nutrición Infantil titulada “Los diez consejos para una buena nutrición infantil”<sup>5</sup> en alianza con el Ministerio de la Mujer y el Desarrollo Humano y su Programa Nacional Wawawasi (La Casa de los Niños), con el objetivo de construir una cultura de la buena nutrición infantil en las madres y padres, informándoles sobre la importancia de la nutrición en los primeros años de vida y su repercusión en el futuro de sus hijos. La campaña- que también contó con el apoyo técnico de instituciones especializadas integrantes de la Alianza por la Nutrición Infantil (PRISMA, CARE, ADRA, CARITAS), tuvo un alcance superior a los 6 millones de oyentes por semana.

---

<sup>3</sup> <http://www.capital.com.pe/>

<sup>4</sup> Informe de imagen corporativa entre líderes de opinión 2010. IPSOS Apoyo Opinión y Mercado 2010.

<sup>5</sup> <http://radio.rpp.com.pe/nutricion/>

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

Entre los principales logros de la campaña- reportados en el estudio de evaluación de impactos al final de la campaña- pueden mencionarse<sup>6</sup>:

- 99% de los oyentes encuestados calificaron positivamente (excelente, bueno) los contenidos de la campaña.
- 100% de los oyentes encuestados calificaron de manera positiva la utilidad de la campaña.
- 99.4% de los oyentes encuestados calificaron positivamente la credibilidad de los mensajes/ contenidos emitidos.
- 98% de los oyentes encuestados reconocieron la influencia de factores claves que influyen sobre la nutrición infantil<sup>7</sup>
- 60% de los oyentes encuestados reconocieron la importancia de la nutrición durante el embarazo y los 3 primeros años de vida.
- El blog de la campaña registró 99,929 páginas vistas y 38,931 visitantes únicos.

El Grupo RPP también desarrolló y difundió- a través de Radio Capital- en alianza con la empresa Backus, la Campaña de prevención de consumo de alcohol en menores de edad denominada *“Evita que los menores de edad consuman bebidas alcohólicas”* dirigida a informar, sensibilizar y llamar a la acción a los padres de familia acerca de los efectos nocivos del alcohol a edad temprana. La campaña se inició en el mes de agosto y se proyecta hasta el mes de mayo del 2011. Los impactos serán medidos al final de la campaña, mientras tanto a la fecha se reportan:

- 22 semanas de campaña emitidas.

---

<sup>6</sup> Evaluación de la campaña. CPI, 2011

<sup>7</sup> Factores promovidos durante la campaña: afecto de la madre, control médico, alimentación balanceada, higiene.

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

#### ▪ **Derecho a la educación**

Durante el año 2010 RPP Noticias produjo y difundió nuevas ediciones de radionovelas de la serie “Mi Novela Favorita”<sup>8</sup> -compuesta por novelas clásicas de la literatura universal- en alianza con la Pontificia Universidad Católica del Perú, como un aporte a la educación y la inclusión cultural. Como en ediciones previas, tanto la selección como la presentación de las novelas estuvieron a cargo de Mario Vargas Llosa, Premio Nobel de Literatura. Entre los principales resultados logrados, pueden mencionarse:

- 52 novelas difundidas, de 54 minutos de duración c/u, en 2 emisiones semanales de fin de semana.
- 269,000 oyentes registrados en la emisión de los sábados.
- 269,100 oyentes registrados en la emisión de los domingos.

Por otro lado, el Grupo RPP expresó su compromiso con este derecho, a través de su participación en:

- 3 espacios interinstitucionales relacionados con la promoción del desarrollo de la promoción de la educación: Empresarios por la Educación, Inversión por la Infancia, Concurso Maestro Digital.

Por estas y otras iniciativas desarrolladas en el marco de su programación informativa, RPP Noticias fue una vez más considerada por los líderes de opinión y por la opinión pública en el

---

<sup>8</sup> <http://radio.rpp.com.pe/minovelafavorita/>



## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

primer lugar entre las empresa evaluadas en dos estudios de imagen corporativa, como la empresa que apoya más a la cultura y a la educación<sup>9</sup>.

#### **Principio 2: Las empresas deben asegurar que no están implicadas en abusos de los derechos humanos.**

Siendo una organización orientada al servicio público, el Grupo RPP es un medio de comunicación independiente de los poderes políticos y económicos y de los intereses personales. Por tanto, brinda sus servicios con libertad y responsabilidad, facilitando la transparencia de los actos públicos y permitiendo que las diferentes audiencias conozcan las demandas y necesidades de uno y otro lado.

“El COMPROMISO del Grupo RPP”, considerando a la justicia un derecho humano, aboga por un sistema de justicia independiente, transparente y eficaz. Por ello, a través de sus contenidos los medios de comunicación del Grupo RPP ayudan a sus audiencias a orientar sus acciones y decisiones en base al respeto a las leyes, brindan información relevante acerca de los derechos y deberes ciudadanos y del funcionamiento del Poder Judicial. En esa línea, por ejemplo, RPP Noticias cuenta con 01 Programa Radial semanal denominado Derecho Ciudadano<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Informe de imagen corporativa entre líderes de opinión 2010. IPSOS Apoyo Opinión y Mercado. Informe de imagen corporativa en la opinión pública 2010, IPSOS Apoyo Opinión y Mercado 2010.

<sup>10</sup> <http://radio.rpp.com.pe/derechociudadano/>

**PACTO MUNDIAL**  
**Informe de Progreso 2010**

---

**TRABAJO**

**Principio 3: Las empresas deben defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.**

En el Grupo RPP se reconoce el derecho a la libertad de asociación y a la negociación colectiva. En el 2010 la empresa no recibió iniciativas relacionadas con la conformación de alguna asociación de trabajadores; por tanto las relaciones laborales entre la empresa y sus colaboradores continuaron desarrollándose en el marco de una relación abierta, directa y armoniosa basada en principios y valores compartidos.

Como fue mencionado en el informe del período anterior, las empresas del Grupo RPP actúan mediante acciones de prevención, atención y solución de los problemas laborales, facilitando canales regulares de comunicación a sus colaboradores para la formulación de sus observaciones y reclamos. En ese sentido, los colaboradores tienen el derecho de formular reclamaciones verbales o escritas cuando consideren perjudicados sus derechos laborales, así como a expresar sus opiniones acerca del clima laboral, las cuales constituyen el punto de partida para desarrollar acciones de corrección y mejora.

Por otro lado, 20 colaboradores articulados en torno de un grupo de trabajo denominado Comisión de Ética, participaron activamente en la formulación de propuestas de contenidos para el código de conducta de la empresa denominado “El Compromiso del Grupo RPP”.

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

#### **Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso realizado por coacción.**

Tal como fuera reportado en el informe del período anterior, y a lo ratificado en el “El COMPROMISO del Grupo RPP” el respeto es uno de los valores fundamentales que orientan el desempeño del Grupo RPP, ese hecho y su preocupación por la calidad de la vida de todos los peruanos está claramente expresada en la visión del Grupo RPP como expresión de adhesión a este principio.

#### **Principio 5: Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.**

El Grupo RPP, al expresar explícitamente su apuesta por una mejor calidad de vida de los peruanos, rechaza el trabajo infantil por ser incompatible con el derecho a una vida plena saludable y productiva, la cual exige una educación inicial y básica de calidad y de una nutrición adecuada en los primeros años de vida de las personas. En ese sentido, a través de “El COMPROMISO del Grupo RPP” queda ratificado que la educación y la salud constituyen parte importante de sus áreas prioritarias de contenidos en materia de sociedad y desarrollo. Entre las acciones desarrolladas en el año 2010, pueden mencionarse las siguientes:

- 01 entrevista radial de alcance nacional con la Ministra de la Mujer y el Desarrollo Social, en RPP Noticias, con ocasión de la celebración del Día Mundial contra el Trabajo Infantil. La Ministra hizo un llamado a la reflexión por los miles de niños que trabajan en las calles poniendo su vida al peligro y afectando su futuro por estar privados de sus derechos a la

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

educación y a la salud y –al mismo tiempo- informó acerca de las acciones gubernamentales al respecto<sup>11</sup>.

#### **Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de la discriminación en el empleo y la ocupación.**

El Grupo RPP fomenta la integración de sus miembros como factor clave de generación de valor. Por tanto, cada uno de sus integrantes están convocados a mantener buenas relaciones interpersonales con los demás y a promover un clima de confianza basado en la relación abierta, el respeto mutuo al margen de jerarquías u otras consideraciones, así como en la comunicación fluida, directa y oportuna.

Por otro lado, los mecanismos de contratación y desarrollo de personal se enmarcan en un Modelo de Gestión de Desarrollo del Talento Humano. La contratación de nuevos colaboradores, así como el desarrollo de capacidades, se realizan mediante procesos basados en perfiles de competencias personales y profesionales, sin discriminaciones por razones de género, raza, edad, credo, origen o de cualquier otra naturaleza.

Respecto de la composición de género de los colaboradores del Grupo RPP, es preciso mencionar las siguientes cifras al cierre del año 2010.

- 41% de mujeres, manteniendo los niveles registrados en el año 2009.
- 39% de mujeres en puestos de dirección/ gerencia
- 24% de mujeres en puestos de jefatura.

---

<sup>11</sup> [http://www.rpp.com.pe/2010-06-12-mimdes-cerca-de-100-mil-ninos-fueron-rescatados-de-la-calle-noticia\\_271742.html](http://www.rpp.com.pe/2010-06-12-mimdes-cerca-de-100-mil-ninos-fueron-rescatados-de-la-calle-noticia_271742.html)

**PACTO MUNDIAL**  
**Informe de Progreso 2010**

---

**MEDIO AMBIENTE**

**Principio 7: Las empresas deben apoyar un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.**

“El COMPROMISO del Grupo RPP”, incluye al medio ambiente como una de sus líneas prioritarias en materia de sociedad y desarrollo. Dicho documento señala que el Grupo RPP es una organización consciente de que la satisfacción de las necesidades del presente no debe comprometer el derecho y las posibilidades de las futuras generaciones. Por tanto, promueve campañas de información y sensibilización y difunde contenidos e iniciativas públicas y privadas de protección del medio ambiente.

Durante el año 2010 El Grupo RPP desarrolló la segunda etapa de la *Campaña Cuida el agua ya, no dejes que se acabe*, con el objetivo de promover una “Cultura del agua”, buscando sensibilizar e informar a la población acerca de la importancia del agua en la vida de las personas. La campaña desarrollada en alianza entre el Grupo RPP y el Grupo Agua- conformada por importantes entidades de cooperación internacional tales como el Banco Mundial, BID, JICA, OPS/OMS, KFW, AECID, GTZ y COSUDE- fue emitida por RPP Noticias durante 38 semanas, con un alcance superior a los 6 millones de oyentes por semana.

La campaña estuvo diseñada bajo tres ejes temáticos, el primer eje estuvo orientado a informar a la audiencia acerca de la situación actual del agua como recurso y como servicio, y el segundo a sensibilizarla acerca de La importancia del agua en la vida de las personas. .Ambos ejes incluyeron los siguientes temas de manera transversal: cambio climático, uso y manejo de la infraestructura, y deberes y derechos en el uso del agua y desagüe. La próxima sección del informe hace referencia al tercer eje temático.

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

Entre los resultados logrados con relación a esos dos ejes temáticos, de acuerdo al estudio de evaluación de impacto de la campaña, pueden mencionarse<sup>12</sup>:

- 23.4% de oyentes encuestados mencionaron el calentamiento global como un problema ambiental respecto del 15.1% en la línea de base de la campaña (2008).
- 33.6% de oyentes encuestados identificaron la escasez del agua como una consecuencia del cambio climático, respecto del 9.1% en la línea de base.
- 53.8% de oyentes encuestados identificaron a la contaminación ambiental como un problema ambiental, respecto del 23.3% en la línea de base.
- El 19.9% de oyentes encuestados mencionaron la contaminación de del agua, ríos y mares como un problema ambiental, respecto 4.7% de la línea de base de la campaña.
- El 33.6% de oyentes encuestados mencionaron la escasez del agua como una consecuencia del calentamiento global respecto del 9.1% en la línea de base.

En la misma línea, en el 2010, el Grupo RPP fue una de las entidades auspiciadoras del Primer Encuentro Medio Ambiental 3R3: Hacia un Perú Verde. Dicho evento, que convocó a una gran audiencia, estuvo orientado a promover la reflexión en torno de la problemática medioambiental en el Perú y a promover acciones 3R (reducir, reciclar, reutilizar). El evento contó con la presencia de Al Gore, Premio Nobel de la Paz, quien presentó su ponencia “Thinking Green”, permitiendo difundir estrategias y acciones concretas para enfrentar el cambio climático.

Acciones como las señaladas, y la puesta de un tema de vital importancia en la agenda pública, influyeron en las percepciones de los líderes de opinión y de la opinión pública sobre la imagen

---

<sup>12</sup> Evaluación de la campaña sobre el problema de escasez de agua – Fase Cuantitativa. IMASEN, Marzo 2011.

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe de Progreso 2010**

---

corporativa del Grupo RPP. Una vez más, RPP Noticias fue considerada como la Nro. 1 entre las empresas evaluadas, como aquella que más promueven la protección del medio ambiente<sup>13</sup>.

#### **Principio 8: Las empresas deben emprender iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medio ambiental.**

La *Campaña Cuida el agua ya, no dejes que se acabe*, también incluyó un tercer eje temático enfocado en la promoción de la cultura del agua, a través del llamado a la acción para el cuidado y buen uso del agua como recurso y como servicio. Al final de la campaña, el estudio de evaluación de la campaña<sup>14</sup> arrojó- entre otros- los siguientes resultados:

- El 89.5% de oyentes encuestados señaló estar preocupado/ muy preocupado respecto de la futura escasez del agua.
- El 82.9% de oyentes encuestados respondieron que cerraban la ducha para jabonarse mientras se bañaba, respecto del 77,6 % registrado en la línea de base.
- El 22.9% de oyentes encuestados mencionaron que utilizaban aguas recicladas para regar sus jardines, respecto del 16.4% en el 2008.
- El 29% de oyentes encuestados señalaron que usaban caños o waters ahorradores, respecto del 24.2% en el 2008.
- El 16.4% de oyentes entrevistados señalaron que no dejaban el caño abierto mientras lavaban los platos, respecto del 21.6% en el 2008.

---

<sup>13</sup> Informe de imagen corporativa entre líderes de opinión 2010. IPSOS Apoyo Opinión y Mercado. Informe de imagen corporativa en la opinión pública 2010, IPSOS Apoyo Opinión y Mercado 2010.

<sup>14</sup> Evaluación de la campaña sobre el problema de escasez de agua – Fase Cuantitativa. IMASEN, Marzo 2011.

**PACTO MUNDIAL**  
**Informe de Progreso 2010**

---

**Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.**

El COMPROMISO del Grupo RPP, que incluye al medio ambiente como una de sus líneas prioritarias en materia de sociedad y desarrollo, también expresa de una manera explícita su voluntad por promover la responsabilidad ambiental y el desarrollo de tecnologías respetuosas con el entorno, así como el uso racional de los recursos naturales.

En ese marco, RPP Noticias cuenta con un programa semanal denominado *Por Nuestra Gente*, orientado a promover las buenas prácticas de responsabilidad social y -obviamente- cubre temas de carácter ambiental en general y temas relacionados con tecnologías respetuosas del medio ambiente<sup>15</sup>.

Otra iniciativa al respecto corresponde a la difusión de una importante experiencia registrada en el marco de la edición 2010 del Premio Integración y Solidaridad. Se trata la experiencia del Sr. Pedro Nolasco, poblador de Pachitea- Huánuco, quien durante los últimos 18 años estuvo dedicado a la fabricación de turbinas y a la construcción de microcentrales hidroeléctricas, haciendo posible que muchas comunidades alejadas y aisladas del Departamento de Huánuco cuenten con un mecanismo limpio –y de bajo costo- para la generación de energía eléctrica dirigido a poblaciones de bajos recursos aislados de la red nacional de energía.

---

<sup>15</sup> <http://radio.rpp.com.pe/pornuestragente/se-viene-expo-agua-y-medio-ambiente/>



**PACTO MUNDIAL**  
**Informe de Progreso 2010**

---

**LUCHA CONTRA LA CORRUPCION**

**PRINCIPIO 10: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.**

El COMPROMISO del Grupo RPP, ratifica a la *Conducta Etica* como uno de sus principales valores, señalando su importancia para el cabal desempeño de las funciones y responsabilidades de cada uno de sus colaboradores y de la organización en su conjunto. Al mismo tiempo, expresa la importancia de cumplir con las leyes, reglas y regulaciones y de mantener una conducta honesta e íntegra en la actuación profesional en general y en el relacionamiento interno y externo.

Los estándares profesionales expresados en dicho compromiso, también incluyen secciones relacionadas con probables situaciones de conflictos de intereses en el desempeño laboral de los colaboradores en general y de los comunicadores en particular. Al mismo tiempo, orientan la forma de prevenir o actuar ante tales situaciones.

Para asegurar el cumplimiento de sus estándares antes mencionados, en este y otros campos, “El COMPROMISO del Grupo RPP” establece la figura de *El Defensor del Compromiso del Grupo RPP*, quién estará encargado de supervisar el cumplimiento de los mandatos institucionales del Grupo, promover la apropiación de los mismos por parte de todos los colaboradores, recibir y canalizar informaciones relacionadas con acciones o conductas contrarias a tales mandatos y a orientarlos sobre los contenidos de “EL COMPROMISO del Grupo RPP” en general.

Confirmando su compromiso en la lucha contra la corrupción, RPP Noticias auspició la *Primera Conferencia Anual Anticorrupción* organizada por la Contraloría General de la República, entidad que convocó la participación de destacados conferencistas de nivel internacional, representantes de organismos internacionales y entidades fiscalizadoras superiores, líderes políticos, autoridades

**PACTO MUNDIAL**  
**Informe de Progreso 2010**

---

y funcionarios del sector público, así como a representantes de agrupaciones privadas, organizaciones sin fines de lucro y de la sociedad civil.

Finalmente, es preciso resaltar que desde la percepción de los líderes de opinión y la opinión pública RPP Noticias- está considerada en el primer lugar entre las empresas evaluadas, en cuanto a la promoción de los valores para el desarrollo<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Informe de imagen corporativa entre líderes de opinión 2010. IPSOS Apoyo Opinión y Mercado. Informe de imagen corporativa en la opinión pública 2010, IPSOS Apoyo Opinión y Mercado 2010.