



PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso

2011

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

GRUPORPP

Dirección Web	:	www.gruporpp.com.pe http://www.rpp.com.pe/
Alto Cargo:	:	Hugo Delgado Nachtigall, Gerente General.
Año de adhesión:	:	2006
Actividad específica	:	Producción de contenidos para medios de comunicación.
Medios de comunicación	:	Radio RPP Noticias, Studio 92, Oxígeno, Radio Felicidad, Radio La Mega, Radio Capital, La Zona, RPP Noticias Canal 10 TV.
Visión	:	Integrar a los peruanos, en la búsqueda de una mejor calidad de vida a través del entretenimiento y la información.
Misión	:	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.
Principios	:	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.
Valores	:	Visión positiva del futuro, vocación de servicio, innovación, conducta ética, respeto.
Grupos de interés	:	Colaboradores, accionistas, clientes, proveedores, gobierno, comunidad, audiencias, medio ambiente.
Difusión del informe	:	Mecanismos de comunicación interna, página Web del Pacto Mundial
Persona contacto	:	Raúl Pasco Ames, Gerente de Responsabilidad Social. rpasco@gruporpp.com.pe

PACTO MUNDIAL Informe de Progreso 2011



PACTO MUNDIAL Informe de Progreso 2011

INTRODUCCION

En el año 2011, el GRUPORPP publicó, lanzó y difundió de manera interna *“El Compromiso del GRUPORPP”*, importante documento de gestión estratégica que presenta la visión, la misión, los principios, los valores y los estándares profesionales de desempeño que guían el trabajo de todos quienes integran la empresa, un medio de comunicación con más de 48 años de trayectoria que cumple una delicada e importancia función social.

Dicho documento, expresa de manera explícita el compromiso del GRUPORPP con los 10 Principios de Pacto Mundial cuando menciona que “... evitamos la difusión de contenidos que admitan cualquier tipo de discriminación, respetamos el orden jurídico y estamos comprometidos con los Principios del Pacto Mundial sobre derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción...” y que “...nuestros programas y campañas destacan la importancia del cumplimiento de tales Principios.

Los contenidos del *“Compromiso del GRUPORPP”* fueron difundidos entre los integrantes localizados en la ciudad de Lima. Se realizaron las siguientes actividades de capacitación dirigidos a gerentes, jefes y líderes naturales: 2 talleres de inmersión dirigidos a 98 integrantes de diferentes áreas del GRUPORPP; 1 taller sobre estándares generales de desempeño, dirigido a 70 participantes de diversas áreas; 2 talleres sobre estándares específicos de desempeño dirigidos a 80 comunicadores y 1 taller sobre información publicitaria dirigido a 26 miembros del área comercial y del área de creatividad.

En el presente reporte, se hacen menciones explícitas a los principales contenidos del *“Compromiso del GRUPORPP”* – ratificados con su publicación y difusión- y su relación con las respectivas áreas y principios del Pacto Mundial, desde la perspectiva de valores, ética y transparencia. También se da cuenta de otras importantes acciones desarrolladas por el GRUPORPP con respecto a dichos Principios durante el año 2011.

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

DERECHOS HUMANOS

El “*Compromiso del GRUPORPP*” señala las obligaciones de la empresa acerca del respeto a los derechos humanos consagrados en la Constitución Política del Estado Peruano, la Ley de Radio y Televisión del Perú, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, así como con el cumplimiento de los respectivos Principios del Pacto Mundial y de los mecanismos de autorregulación de los medios de comunicación en el Perú.

De acuerdo a lo establecido en el “*Compromiso del GRUPORPP*”, creemos en la justicia como un derecho humano y abogamos por un sistema independiente, transparente y eficaz. Por tanto, ayudamos a nuestra audiencia a orientar sus acciones y decisiones sobre la base del respeto a las leyes y los derechos de las demás personas e informamos sobre los derechos y deberes ciudadanos.

Somos vigilantes defensores de la democracia y la independencia de los poderes, y difusores de los derechos y obligaciones ciudadanos. Brindamos información útil, veraz, oportuna y transparente sobre la realidad nacional y jugamos un papel activo en la facilitación del debate de ideas que incluyen la participación del público oyente.

En ese marco, **RPP Noticias** emitió diversos contenidos noticiosos –tales como entrevistas, despachos, informes especiales y notas - relacionados con los derechos humanos. Entre los contenidos más relevantes registrados en su portal de Internet, podemos citar:

- 24 contenidos noticiosos emitidos, incluyendo-entre otros- temas relacionados con el accionar del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, violaciones de los derechos humanos y no violencia contra la mujer. A nivel de referencia puede verse la siguiente dirección:

http://www.rpp.com.pe/2011-11-25-mimdes-al-mes-11-mujeres-son-victimas-de-feminicidio-noticia_425798.html

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

PRINCIPIO 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia

Entre las acciones específicas relacionadas con el apoyo a este principio, realizadas durante el 2011 pueden mencionarse las siguientes:

Derecho a la información

El GRUPO RPP continuó realizando su labor al servicio del país, manteniendo el liderazgo en la difusión de la información. A continuación algunas cifras al respecto:

RPP Noticias, el medio líder en contenidos noticiosos en el Perú por su alcance, inmediatez y credibilidad, registró los siguientes logros:

- Audiencia
 - 7'399,300 oyentes a nivel nacional incluyendo el ámbito urbano y rural¹.
 - 2'398,200 oyentes en el ámbito urbano Lima
 - 3'330,100 oyentes en el ámbito urbano del interior del país
 - 1'671,100 oyentes en el ámbito rural del país
- Alcance geográfico:
 - 25 regiones, 113 provincias, 876 distritos.
- Reconocimiento como el medio de mejor reputación corporativa a nivel mundial y la segunda mejor marca corporativa del Perú (Inmark Perú, Reputation Institute. 2011)
- Primer lugar en confianza entre los medios de comunicación en el Perú, desde la perspectiva de los líderes de opinión y el sector empresarial y segundo lugar desde la perspectiva de la opinión pública (CPI, 2011)

¹ CPI, Octubre 2011 para el ámbito urbano (Lima e interior del país). CPI, Octubre 2009 para el ámbito rural; en el 2011 no se hicieron estudios similares para este ámbito.

PACTO MUNDIAL Informe de Progreso 2011

- Primer lugar en confianza entre los medios radiales de carácter noticioso, desde la perspectiva de la opinión pública, los líderes de opinión y el sector empresarial (CPI, 2011).

Radio Capital, emisora del GRUPORPP con alcance en Lima Metropolitana, continuó promoviendo el *derecho a la opinión* de la población bajo su slogan “tu opinión importa”² ocupando el segundo lugar en confianza entre los medios radiales de noticias, después de RPP Noticias.

Derecho a la solidaridad

RPP Noticias realizó la décimo primera edición del Premio Integración, creado para reconocer a peruanos que hacen grande al país, a través de su liderazgo en el impulso de iniciativas y emprendimientos con una perspectiva de inclusión social. La iniciativa contó con la colaboración de la Maestría en Gerencia Social de la Pontificia Universidad Católica del Perú en la etapa de evaluación de las candidaturas.

Algunos de los resultados logrados se muestran a continuación:

- 278 candidaturas recibidas, desde diferentes regiones del país.
- 12 finalistas, representantes de 9 regiones del país: Amazonas, Apurímac, Arequipa, Junín, Lambayeque, La Libertad, Lima, Piura y Puno. Iniciativas correspondientes a los sectores educación, ecología, salud, nutrición, medio ambiente, vivienda, seguridad ciudadana, agricultura, negocios emprendedores, cultura, etc. Más información al respecto en:
http://www.rpp.com.pe/2011-11-02-apostando-para-que-el-pais-siga-creciendo-noticia_418627.html
- 03 finalistas premiados:
 - Primer lugar: una representante de Puno, sector educación.
http://www.rpp.com.pe/2011-10-28-amalia-y-sumita-corazon-apuestan-por-la-educacion-noticia_416618.html
 - Segundo Lugar: un representante de Junín, sector agricultura/ negocios emprendedores
http://www.rpp.com.pe/2011-10-07-jose-jorge-inicia-el-gran-cambio-noticia_410576.html
 - Tercer Lugar: un representante de Lambayeque, sector cultura.
http://www.rpp.com.pe/2011-10-07-ignacio-alva-promueve-la-conservacion-arqueologica-noticia_410899.html

² <http://www.capital.com.pe/>

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

Como en años anteriores, RPP y el Movimiento de Vida Cristiana, también desarrollaron la campaña ‘Navidad es Jesús’ dirigida a cien mil niños, de entre 5 y 12 años, de escasos recursos económicos de todo el país. Mayor información al respecto en la siguiente dirección:

http://www.rpp.com.pe/2011-11-28-grupo-rpp-y-movimiento-de-vida-cristiana-lanza-campana-navidad-es-jesus-noticia_426502.html

Otra importante iniciativa fue la campaña “Demos calor a Puno”, realizada por la Asociación Solaris Perú, en alianza con RPP Noticias que asumió el desarrollo y despliegue de la respectiva estrategia de comunicación a fin de recolectar ropa de abrigo en donación para las familias en situación de pobreza afectadas por las heladas en la región Puno. La contribución de **RPP Noticias** permitió los siguientes logros a la Asociación Solaris Perú:

- 26 toneladas de ropa de abrigo, frazadas y alimentos no perecibles recolectadas
- 2979 familias beneficiarias en 43 comunidades rurales ubicadas sobre mis 3,850 msnm

http://www.rpp.com.pe/2011-05-05-rpp-noticias-y-solaris-lanzan-campana-demos-calor-a-puno-noticia_362407.html

<http://www.larepublica.pe/05-05-2011/grupo-rpp-y-solaris-lanzan-campana-demos-calor-puno>

<http://www.regionpuno.gob.pe/web/archives/2339>

Derecho a una vida física y mental saludable

RPP Noticias continuó con sus programas dedicados a la prevención de la salud física y mental, como de describe a continuación:

- 05 programas de radio, de emisión diaria, dedicados a la prevención de la salud física y mental: Salud en RPP, Cuidando tu salud, Confidencias, Era Tabú, De frente y sin máscaras.

<http://www.rpp.com.pe/radio-programas.html>

RPP Noticias continuó con la difusión de su campaña sobre nutrición infantil, esta vez a través de una de sus plataformas. Los cambios institucionales realizados en el país luego del cambio de gobierno, los presencia de nuevos actores públicos en la gestión de la nutrición infantil y los respectivos procesos de negociación limitaron el inicio de una nueva campaña radial como la difundida en el año anterior. En síntesis, se desarrolló:

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

- 01 campaña de nutrición infantil a través de la plataforma Internet.

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

El GRUPO RPP también continuó adelante con apoyo a espacios y eventos interinstitucionales referidos al desarrollo de la primera infancia:

- 01 espacio interinstitucional: Inversión por la infancia.

<http://www.inversionenlainfancia.net/>

- 01 evento internacional: I Encuentro Interamericano RSE y Primera Infancia.

http://www.rpp.com.pe/2011-09-26-primer-encuentro-de-responsabilidad-social-empresarial-y-primera-infancia-noticia_407353.html

Radio Capital concluyó con éxito la campaña 2010-2011 y lanzó la nueva edición 2011- 2012 de su campaña de prevención de bebidas alcohólicas en menores de edad- conjuntamente con la empresa Backus- dirigida a informar, sensibilizar y llamar a la acción a los padres de familia acerca de los efectos nocivos del consumo de alcohol en los menores de edad. Entre los principales logros registrados, se pueden mencionar:

- 01 campaña “No les des a los menores problemas mayores. Evita que los menores de edad consuman bebidas alcohólicas” (plataformas radio e internet).

http://www.capital.com.pe/2011-12-21-creencias-que-llevan-a-un-adolescente-a-consumir-alcohol-noticia_433766.html

- 22 semanas emitidas campaña edición 2010-2011
- 04 semanas emitidas campaña edición 2011- 2012

Derecho a la educación

Durante el año 2011 **RPP Noticias** continuó con la difusión de las radionovelas de la serie “Mi Novela Favorita”³ -compuesta por novelas clásicas de la literatura universal- como un aporte a la educación y la inclusión cultural, en alianza con la Pontificia Universidad Católica del Perú y

³ <http://radio.rpp.com.pe/minovelafavorita/>

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

contando con la presentación de Mario Vargas Llosa, Premio Nobel de Literatura. Entre los principales resultados logrados, pueden mencionarse:

- 40 novelas difundidas, de 55 minutos de duración cada una.
- 97 emisiones realizadas durante los fines de semana (sábado y domingo)
- 286,000 oyentes registrados en días sábados. (CPI, Octubre 2011).
- 201,000 oyentes registrados en días domingos (CPI, Octubre 2011).

Por otro lado, el **GRUPORPP** continuó con su compromiso con este derecho, a través de su participación en:

- 1 espacio interinstitucional para la promoción de la educación: Asociación Empresarios por la Educación. Una directora del GRUPORPP es socia fundadora de la Asociación.

Por estas y otras iniciativas desarrolladas en su programación informativa, **RPP Noticias** obtuvo:

- El primer lugar entre las empresas que apoyan más a la cultura y a la educación, tanto por la opinión pública como por los líderes de opinión⁴.

PRINCIPIO 2

Las empresas deben asegurar que no están implicadas en abusos de los derechos humanos

En el GRUPORPP, consideramos que la libertad de expresión implica buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole sin exclusión, salvo de aquellas que vulneren los valores fundamentales y los Derechos Humanos consagrados en la normativa vigente.

⁴ Informe de imagen corporativa entre líderes de opinión 2011; IPSOS Apoyo Opinión y Mercado. Informe de imagen corporativa en la opinión pública 2011; IPSOS Apoyo Opinión y Mercado.

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

En ese marco, y en sujeción a las leyes y códigos de conducta de las instancias de autorregulación sectorial de las que formamos parte, y a nuestros propios mecanismos de autorregulación, aseguramos el respeto a los derechos ciudadanos.

En el 2011, el **GRUPORPP** continuó formando parte de instancias de autorregulación:

- 1 instancia de autorregulación de contenidos: la Sociedad Nacional de Radio y Televisión
<http://snrtv.org.pe/codigo.php>
- 1 instancia de autorregulación publicitaria: el Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria
http://www.conarperu.org/web/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=1&Itemid=1

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

TRABAJO

La misión del GRUPORPP señala que “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”. Por tanto, el compromiso con quienes laboran en el GRUPORPP es un elemento explícito de la misión

A nivel de su actividad informativa, RPP Noticias emitió diversos contenidos noticiosos –tales como entrevistas, despachos, informes especiales y notas - relacionados con el trabajo. Entre los contenidos más relevantes emitidos a través de **RPP Noticias** y registrados en su portal de Internet, podemos citar:

- 26 contenidos noticiosos emitidos, incluyendo- entre otros- temas relacionados con legislación laboral, día del trabajo, trabajo infantil y derechos laborales. Como referencia, puede verse la siguiente dirección:

http://www.rpp.com.pe/2011-04-28-si-trabaja-el-proximo-1-de-mayo-recibira-pago-por-tres-dias-laborados-noticia_360263.html

PRINCIPIO 3

Las empresas deben defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

Como también fue mencionado en el informe del año anterior, en el GRUPORPP se reconoce el derecho a la libertad de asociación y a la negociación colectiva. En el 2011 no se recibieron iniciativas para la conformación de alguna asociación de trabajadores. 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 y en la normatividad laboral vigente.

PACTO MUNDIAL Informe de Progreso 2011

El GRUPORPP actúa al respecto 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 de manera verbal o escrita cuando consideren perjudicados sus derechos laborales.

Anualmente, los integrantes del GRUPORPP son convocados a expresar sus opiniones acerca del clima laboral, las cuales constituyen el punto de partida para desarrollar acciones de corrección y mejora.

Durante el año 2011, el **GRUPORPP** continuó apoyando las acciones de proyección social desarrolladas por iniciativa de un grupo de integrantes articulados en torno de:

- 1 equipo de voluntariado, denominado “Gente Camiseta” conformado por miembros de diversas áreas de la empresa, el cual desarrollo actividades relacionadas con medio ambiente (reciclaje de papel) y actividades navideñas orientadas a niños de poblaciones periurbanas de la ciudad de Lima.

PRINCIPIO 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso realizado por coacción

En el 2011 se ratificó en “*El Compromiso del GRUPORPP*” que “... fomentamos la integración de nuestros miembros como factor clave de generación de valor...” y que “...cada uno de nuestros integrantes velará por mantener buenas relaciones interpersonales con los demás y promoverá un clima de confianza basado en la relación abierta, el respeto mutuo al margen de jerarquías u otras consideraciones, y en la comunicación fluida, directa y oportuna”.

Los dos elementos mencionados- y el compromiso del GRUPORPP con los respeto a los derechos humanos- constituyen un importante marco de orientación para asegurar el cumplimiento de este principio, en base a relaciones laborales e interpersonales sustentados en el respeto a la persona humana como principio fundamental.

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

PRINCIPIO 5

Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil

El Compromiso del GRUPORPP, también confirma la apuesta de la empresa por integrar a los peruanos en la búsqueda de una mejora calidad de vida a través del entretenimiento y la información. Al mismo tiempo, incluye a la educación y la salud como sus áreas prioritarias de acción en materia de sociedad y desarrollo, con lo cual ratifica su rechazo al trabajo infantil por ser incompatible con el derecho a una vida plena, saludable y productiva.

Por otro lado, la empresa está siempre atenta al cumplimiento de este principio por par de sus proveedores de servicios de limpieza y mantenimiento de sus instalaciones.

PRINCIPIO 6

Las empresas deben apoyar la abolición de la discriminación en el empleo y la ocupación

Siguiendo los lineamientos de “*El Compromiso del GRUPORPP*” y del Modelo de Desarrollo del Talento Humano del GRUPORPP- en un de importante crecimiento de personal por la implementación del nuevas iniciativas empresariales como el inicio de la ampliación de sus plataformas de comunicación- los procesos de contratación y desarrollo de personal continuaron realizándose en base a perfiles de competencias personales y profesionales y sin discriminaciones.

Respecto de la composición de género de los colaboradores del **GRUPORPP**, es preciso mencionar las siguientes cifras al cierre del año 2011.

- 40 % de mujeres, manteniendo niveles similares a los registrados en el año 2009.
- 27 % de mujeres en puestos de dirección/ gerencia. Dato similar al promedio nacional y superior al promedio mundial (21%)⁵
- 35 % de mujeres en puestos de jefatura, superando los niveles alcanzados en el 2010.

⁵ <http://epaper.orbis.pe/corporativo/publimetro.aspx>

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

MEDIO AMBIENTE

El “*Compromiso del GRUPO RPP*” ha ratificado al medio ambiente como una de sus líneas prioritarias en materia de sociedad y desarrollo. En ese marco, el GRUPO RPP es consciente de que la satisfacción de las necesidades del presente no debe comprometer los derechos de las futuras generaciones.

Por ello, en el GRUPO RPP se difunden las iniciativas públicas y privadas de protección del medio ambiente, se promueve la responsabilidad ambiental, el desarrollo de tecnologías respetuosas con el entorno y el uso racional de los recursos naturales.

En el 2011, **RPP Noticias** continuó con la promoción de campañas de información y sensibilización relacionadas al medio ambiente y emitió diversos contenidos noticiosos -entrevistas, despachos, informes especiales y notas - relacionados con el trabajo.

Entre los contenidos más relevantes emitidos y registrados en su portal de Internet de RPP Noticias, podemos citar:

- 37 contenidos noticiosos emitidos, incluyendo- entre otros- temas relacionados con el quehacer de entidades públicas ambientales, el día de la tierra, la hora del planeta, cambio climático y tecnologías limpias. A nivel de referencia puede verse la siguiente dirección:

http://www.rpp.com.pe/2011-06-03-ministro-del-ambiente-insta-a-peruanos-cuidar-nuestro-planeta-noticia_371931.html

PRINCIPIO 7

Las empresas deben apoyar un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente

Entre las principales acciones y logros registrados por **RPP Noticias** con respecto a este principio, además de la natural cobertura periodística de los principales temas ambientales, se pueden mencionar los siguientes:

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

- 01 campaña de cuidado del agua denominada “Cuida el agua ya, no dejes que se acabe”, emitida a través de la plataforma Internet.

<http://radio.rpp.com.pe/cuidaelagua/>

Los cambios institucionales producidos en el país luego del cambio de gobierno, la presencia de nuevos actores públicos en la gestión del agua y las expectativas respecto las nuevas prioridades de gobierno y los procesos de negociación de alianzas, limitaron la realización de una campaña radial similar a la desarrollada en el 2010.

- 01 campaña contra la contaminación del aire y sus impactos sobre la salud, denominada “Aire limpio, más vida..”

http://www.rpp.com.pe/2011-11-29-aire-limpio--que-particulas-inhalamos-por-la-contaminacion-vehicular-noticia_424680.html

- 01 premio a la responsabilidad ambiental otorgado a RPP Noticias- por la Asociación Ghiis Jáa, por segundo año consecutivo- por sus contenidos noticiosos y el desarrollo de sus campañas de información y sensibilización sobre temas ambientales.

http://www.rpp.com.pe/2012-02-03-rpp-noticias-recibe-premio-responsabilidad-ambiental-2011-noticia_447315.html

- 01 campaña interna de reciclaje de papel, actividad de voluntariado desarrollada por los colaboradores del GRUPORPP integrados en el grupo “Gente Camiseta”, en apoyo a la Campaña “Recíclame, cumple tu papel” dedicada a la recaudación de recursos para la atención de los niños huérfanos de Aldeas Infantiles SOS.

Esta iniciativa permitió el reconocimiento del GRUPORPP entre las 5 primeras empresas que lideraron la campaña.

http://www.aldeasinfantiles.org.pe/conozcanos/noticias/pages/premiacion_campana_reciclame.aspx

Acciones como las señaladas, influyeron de manera positiva en las percepciones de los líderes de opinión y de la opinión pública sobre la imagen corporativa de **RPP Noticias**⁶ que fue considerada:

- Nro.1 entre las empresas que más promueven la protección del medio ambiente, desde la perspectiva de los líderes de opinión.

⁶ Informes de imagen corporativa entre líderes de opinión 2011. Informe de imagen corporativa en la opinión pública 2011. Informe de imagen corporativa en la opinión pública 2011. IPSOS Apoyo Opinión y Mercado.

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

- Nro.2 entre las empresas que más promueven la protección del medio ambiente, desde la perspectiva de la opinión pública y el sector empresarial.

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”, desarrollada en 2011 a través de la plataforma internet de **RPP Noticias**, continuó con la producción y difusión de mensajes y contenidos orientados a hacer un llamado a la acción para el cuidado del medio ambiente en general y del agua como recurso y como servicio en particular. Como referencia, pueden visitarse las siguientes direcciones:

- <http://radio.rpp.com.pe/cuidaelagua/senamhi-organiza-foro-con-motivo-del-dia-de-la-tierra/>
- <http://radio.rpp.com.pe/cuidaelagua/gobierno-firma-convenio-para-dotar-de-agua-y-saneamiento-a-220-mil-pobladores-de-zonas-rurales/>

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** continuó abordando la difusión de iniciativas sobre responsabilidad social con énfasis en temas relacionados con este principio. Por ejemplo, el Programa “Por Nuestra Gente” de RPP Noticias- dedicado a la difusión de experiencias sobre responsabilidad social- apoyó en la difusión de la 8va edición de la Expoferia de Responsabilidad Social- promovida por Perú

PACTO MUNDIAL Informe de Progreso 2011

2021 y la Pontificia Universidad Católica del Perú- uno de cuyos temas estuvo dedicado a la promoción de las tecnologías “tecnologías limpias”.

Mayores referencias al respecto pueden verse en la siguiente dirección:

- http://www.rpp.com.pe/2011-06-15-tecnologias-limpias-en-expoeria-de-responsabilidad-social-noticia_375588.html

PACTO MUNDIAL Informe de Progreso 2011

LUCHA CONTRA LA CORRUPCION

De acuerdo a “*El Compromiso del GRUPORPP*”, la empresa se define como una organización independiente de los poderes políticos y económicos y de los intereses personales. Al mismo tiempo, ratifica a la *Conducta Ética* 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.

Por otro lado, expresa la importancia de cumplir con las leyes, reglas y regulaciones y de mantener una conducta honesta e íntegra en la actuación profesional de sus miembros en el relacionamiento interno y externo.

A nivel de su actividad informativa, **RPP Noticias** emitió una serie de contenidos relevantes en materia de lucha contra la corrupción, a través de entrevistas, despachos, informes especiales y notas. Entre los contenidos más relevantes, registrados en su portal de Internet, podemos citar:

- 36 contenidos noticiosos emitidos, incluyendo- entre otros- temas relacionados con el accionar de las instancias gubernamentales anticorrupción, indicadores de corrupción en América Latina, y denuncias sobre delitos de corrupción. A nivel de referencia puede verse la siguiente dirección:

http://www.rpp.com.pe/2011-12-09-contraloria-insta-a-denunciar-actos-de-corrupcion-noticia_430215.html

PRINCIPIO 10

Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno

Además de su vasta labor periodística respecto de este principio, los estándares profesionales expresados en el “*Compromiso del GRUPORPP*” han incluido secciones relacionadas con la

PACTO MUNDIAL

Informe de Progreso 2011

prevención de conflictos de intereses en el desempeño laboral de sus integrantes en general y de sus comunicadores en particular.

Para asegurar el cumplimiento de los estándares antes mencionados, con relación a este y otros principios, el GRUPORPP también ha ratificado y puesto en acción el rol de “*El Defensor del Compromiso*”, quien está encargado de supervisar el cumplimiento de los mandatos éticos estipulados en “*El Compromiso del GRUPORPP*”, promover la apropiación de los mismos por parte de todos los colaboradores, así como recibir y canalizar información relevante sobre eventuales conductas contrarias a tales mandatos y facilitar su respectiva atención.

Finalmente, es preciso señalar el reconocimiento que diferentes sectores de opinión dieron a los aportes de RPP Noticias respecto de la promoción de valores en la sociedad, elemento central para la lucha contra la corrupción⁷. Así, **RPP Noticias** fue calificado como:

- Nro.1 en la promoción de los valores para el desarrollo, desde la perspectiva de la opinión pública y de los líderes de opinión.
- Nro.2 en la promoción de los valores para el desarrollo, desde la perspectiva del sector empresarial.

⁷ Informe de imagen corporativa entre líderes de opinión 2011; Informe de imagen corporativa en la opinión pública 2011; informe de imagen corporativa en el sector empresarial. IPSOS Apoyo Opinión y Mercado.