



PACTO MUNDIAL

**Informe de Progreso
2008-2009**

Pacto Mundial
Informe de Progreso
2008-2009

GRUPO RPP

Dirección Web	: www.gruporpp.com.pe
Alto Cargo:	: Hugo Delgado Nachtigall, Presidente Ejecutivo.
Año de adhesión:	: 2006
Actividad específica	: Medios de Comunicación.
Empresas del Grupo	: RPP Noticias, Studio 92, Oxígeno, Radio Felicidad, La Mega, Capital, MCD Mercados, Medios interactivos.
Visión	: Ser el Grupo líder de comunicación que produce para diversos medios. Siendo reconocido por su innovación y aporte al desarrollo del individuo y la sociedad peruana.
Misión	<p>: Somos generadores y productores de múltiples programaciones diseñadas de acuerdo con las preferencias y gustos de la población y de necesidades de nuestros clientes.</p> <p>Contamos con un equipo humano especializado, tecnologías de avanzada y una organización comprometida en cumplir con nuestros usuarios, clientes, personal y accionistas.</p>
Principios	: Defensa y fortalecimiento del sistema democrático, promoción de la empresa privada y la libre competencia, reforzar la identidad Nacional, promoción del desarrollo de las personas, libertad de expresión/ independencia.
Valores	: Servicio, innovación, respeto, conducta ética, visión positiva del futuro.
Grupos de interés	: Colaboradores, accionistas, clientes, proveedores, gobierno, comunidad, audiencia, medio ambiente.
Difusión del informe	: Mecanismos de comunicación interna.
Persona contacto	: Raúl Pasco Ames, Gerente de Responsabilidad Social. rpasco@gruporpp.com.pe

**Pacto Mundial
Informe de Progreso
2008-2009**



Declaración de continuidad de apoyo al Pacto Mundial

Lima, 15 de Enero de 2010

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 confirmarle el compromiso del Consejo Directivo del Grupo RPP por continuar apoyando las iniciativas de la Red del Pacto Mundial y sus 10 principios rectores.

Motivados por nuestro firme compromiso con el Perú, iniciado hace más de 45 años, en el Grupo RPP venimos implementando una serie de acciones alineadas tanto a nuestra misión, principios y valores como a los principios del Pacto Mundial.

En ese marco nos complace remitir, adjunto a la presente, el informe de progreso del Grupo RPP el cual presenta nuestras acciones y resultados correspondientes al período 2008-2009.

Finalmente, debo mencionar que somos conscientes de la importancia de mantener un esquema de aprendizaje y mejora continua en la aplicación y reporte de los principios del Pacto Mundial, con lo cual reafirmamos nuestro compromiso con el Pacto.

Sin otro particular, reitero a Usted las muestras de mi mayor consideración y estima.

Atentamente

Hugo Delgado Nachtigall

Presidente Ejecutivo,
GRUPORPP S.A.

Pacto Mundial

Informe de Progreso

2008-2009

Derechos Humanos

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

El Grupo RPP tiene un compromiso explícito con la promoción del desarrollo del individuo y la sociedad peruana, la defensa y el fortalecimiento del sistema democrático, la promoción de la empresa privada y la libre competencia, la libertad de expresión e independencia y el respeto a las personas. Durante el período correspondiente al presente reporte, el Grupo RPP ha impulsado las siguientes acciones en el marco de este principio.

- Promoción del *derecho a la solidaridad*, mediante la producción y difusión de dos nuevas ediciones (8va y 9na) del Premio Integración y Solidaridad, con el propósito de destacar y premiar el compromiso y el esfuerzo de las personas, instituciones y empresas para hacer del Perú un mejor país. El premio contó con el auspicio del Banco de Crédito del Perú,
- Lanzamiento de Radio Capital en el mes de octubre del año 2008, un nuevo producto del Grupo RPP, orientado a promover el *derecho a la opinión* de la población bajo el slogan “tu opinión importa”. Luego del primer año de operaciones, el nivel de reconocimiento de Radio Capital es tal que- desde la percepción de los líderes del sector empresarial y de los líderes de opinión- se encuentra en el segundo lugar de audiencia entre las radios de noticias de Lima¹.
- Difusión de la Campaña “Lo que toda madre debe saber sobre nutrición infantil”- en alianza con la empresa Alicorp- orientada a informar y sensibilizar a las madres gestantes y lactantes a fin de mejorar las prácticas de nutrición infantil desde el embarazo hasta los tres primeros años de vida, promoviendo el *derecho a una vida física y mental saludable*. El Ministerio de Salud ha expresado reconocimientos públicos a la contribución de la Alianza RPP-Alicorp a los esfuerzos del sector, definiéndolo como un trabajo sustancial en un tema fundamental, resaltando de manera especial el nivel de información previa- proporcionado por la campaña- con el que las madres acuden a sus controles en los establecimientos de salud².
- Difusión semanal- durante 2008 y 2009- de radio novelas de la serie “Mi Novela Favorita”, una exitosa propuesta de inclusión cultural, como un aporte al *derecho a la educación*, basada en obras clásicas de la literatura universal, con el auspicio de la Pontificia Universidad Católica del Perú y la presentación del laureado escritor peruano Mario Vargas Llosa. Por éstas y otras acciones tales como el concurso escolar “Los que más saben”, RPP está ubicada en el primer lugar de las empresas que más apoyan más a la educación y a la cultura en el Perú; los líderes del sector empresarial, los líderes de opinión y la opinión pública coinciden en esta calificación.³

¹ Informe de imagen corporativa en el sector empresarial, 2009. Pisos APOYO Opinión y Mercado S.A.

² Dr. Oscar Ugarte, entrevista de Cierre de Campaña, Programa Ampliación de Noticias, 18-12-09RPP.

³ Idm. nota 1.

Pacto Mundial

Informe de Progreso

2008-2009

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

El Grupo RPP desarrolla sus operaciones en el marco del respeto a la dignidad de la persona humana. El compromiso del Grupo RPP se sustenta en valores, principios éticos y lineamientos compatibles con el Código Unificado de la Industria de la Comunicación, desarrollado en conformidad con los códigos y manuales de ética de alcance nacional e internacional tales como el Código de Ética Publicitaria del Perú emitido por el Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria, el manual de ética publicitaria emitido por la Oficina de de Comisión Social de El Vaticano (1977), las Declaraciones de Principios de Ética de la Asociación Internacional de Radiodifusión en la Convención de Lima (1955) y de Buenos Aires (1985).

En el marco del compromiso mencionado, las empresas del Grupo RPP operan con un alto sentido de veracidad, respeto a la dignidad humana y responsabilidad social; los líderes de opinión y la opinión pública han calificado a RPP en el primer lugar de las empresas que asumen la responsabilidad social en el país. La aplicación permanente de dichos valores y principios también se refleja en la medición de otras variables de liderazgo empresarial, varias de las empresas del Grupo RPP- lideradas por Radio RPP Noticias en el primer lugar- están calificadas entre las emisoras más escuchadas habitualmente; RPP noticias mantiene el primer lugar entre las emisoras más confiables del país⁴.

Trabajo

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

Aunque en el Grupo RPP se reconoce el derecho a la libertad de asociación y a la negociación colectiva, no existe un sindicato constituido. Las relaciones laborales se establecen en el marco de una cultura organizacional homogénea que guía y caracteriza el comportamiento de todos sus miembros, basada en valores y principios orientados a establecer relaciones armónicas dentro de un buen clima laboral.

Las empresas del Grupo RPP actúan mediante acciones de prevención, atención y solución de los problemas laborales, facilitando canales regulares a sus colaboradores para la formulación de sus observaciones y reclamos. Los colaboradores tienen el derecho de formular reclamaciones verbales o escritas cuando consideren perjudicados sus derechos laborales.

En la búsqueda de hacer del Grupo RPP uno de los mejores lugares para trabajar, desde el año 2008 se realizan estudios anuales de clima laboral, que sirven de base a las decisiones en materia de gestión y desarrollo de los recursos humanos. La evaluación efectuada a fines del 2009 muestra importantes avances con respecto a los indicadores de clima laboral registrados en el año 2008.

Se fomenta y apoya la formación de grupos de trabajo- integradas por colaboradores de distintas áreas de la organización- y el desarrollo de iniciativas de orientadas a la realización

⁴ Idm. Nota 1.

Pacto Mundial

Informe de Progreso

2008-2009

de actividades de proyección social. El grupo de colaboradores integrados en torno del grupo denominado "Gente Camiseta" es un claro ejemplo al respecto.

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

El respeto a la persona humana es uno de los valores que el Grupo RPP. El código de conducta del Grupo, en proceso de revisión al cierre del presente informe, así como las políticas de gestión de recursos humanos y el reglamento interno de trabajo ponen un cuidado especial en la atención de este principio.

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

El Grupo RPP apuesta de una manera directa por la infancia, siendo la educación básica uno de los pilares de sus programas de responsabilidad social. Por tanto, rechaza las prácticas orientadas al aprovechamiento y explotación del trabajo infantil.

Los medios de comunicación del Grupo RPP tienen el espacio abierto para cubrir el tema a fin de informar y sensibilizar a las diferentes instancias y organizaciones del país acerca de la importancia de este principio, así como para rechazar los casos que atenten contra su cabal cumplimiento.

El Grupo RPP mantiene vínculos activos con organizaciones relacionadas a la protección de la infancia tales como UNICEF, PRISMA, OPS y la "Iniciativa por la Infancia".

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

El Grupo RPP atrae y contrata las personas de mayor talento en función de sus competencias personales y profesionales, sin discriminación de género, raza, edad, credo, origen o cualquier otra razón similar.

El compromiso se encuentra estipulado tanto en el código de conducta como en la sección de reclutamiento y selección de personal del Manual de Políticas Corporativas del Grupo RPP.

En aplicación del Manual de Políticas Corporativas, el Grupo RPP alienta la diversidad entre sus colaboradores, a fin de enriquecer su cultura organizacional mediante la participación de candidatos con experiencia y antecedentes multidisciplinarios y multiculturales.

Los datos registrados en los últimos tres años, muestran avances positivos en cuanto a equidad de género. La proporción de mujeres integrantes del Grupo RPP ha pasado del 30% al 41% entre el 2005 y el 2009.

Las personas más experimentadas, mayores y con dominio sobre sus áreas de responsabilidad, comparten sus conocimientos y experiencias con el personal de la organización a través del programa "Cubriendo Brechas", cuyo objetivo es reconocer el valor de la contribución de dichas personas a la organización. El programa cuenta con el apoyo logístico y administrativo del Grupo RPP.

Pacto Mundial
Informe de Progreso
2008-2009

Medio ambiente

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

Medio ambiente es uno de los ejes temáticos priorizados por el Grupo RPP en el marco de sus acciones orientadas al desarrollo humano sostenible.

En el 2008 el Grupo RPP y un conjunto de organismos de cooperación internacional articulados en torno del Grupo Agua⁵, dieron inicio a la producción y difusión de la Campaña "Cuida el agua ya! No dejes que se acabe", orientada promover la cultura del agua, informando y sensibilizando a la población acerca de la importancia del cuidado del agua en tanto recurso escaso y de su importancia en la vida de las personas.

En el 2009, tanto los líderes empresariales como los líderes de opinión y la opinión pública, han calificado a RPP en el primer lugar de las empresas que promueven más la protección del medio ambiente.

A través del Comité de Gastos se orienta hacia el uso racional de suministros como energía eléctrica, agua, impresiones, entre otros, fomentando la toma de conciencia sobre el rol de la organización y de los colaboradores en la preservación del medio ambiente.

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

La Campaña antes mencionada, luego de su primer año de difusión con un alcance superior a los 6 millones de oyentes semanales, ha mostrado impactos importantes en conocimientos y percepciones en cuanto a los temas ambientales:

La identificación de los principales problemas referidos al medio ambiente- tales como la contaminación ambiental, el calentamiento global y la contaminación del agua- por parte de los oyentes se incrementó en 22.6%, 5.9% y 9.1% respectivamente con respecto de la línea de base; el porcentaje de oyentes preocupados por el medio ambiente se incrementó en 20.8%.

El porcentaje de oyentes en acuerdo con las afirmaciones "...el agua que pueden consumir las personas en un recurso que se puede acabar..." y "... si seguimos como ahora nuestros hijos no tendrán agua para consumir en el futuro..." se incrementó en 18.7% y 12.2% respectivamente⁶.

Durante el acto protocolar de cierre de campaña, el Ministro del Ambiente expresó su satisfacción por las 56 semanas de difusión de la campaña, por el nivel de cobertura alcanzado y por los aportes de las diferentes instituciones (Grupo RPP, Alicorp, Grupo Agua), resaltando

⁵ Banco Mundial, COSUDE, BID, JBIC – JICA, INWENT, GTZ-Proagua, etc. Instancia reconocida por el Ministerio de Vivienda, Ministerio de Salud y Ministerio del Ambiente.

⁶ Estudio Evaluación de la campaña sobre el problema de escasez del agua. IMASEN. Octubre 2009

Pacto Mundial Informe de Progreso 2008-2009

de una manera especial el reconocimiento a RPP Noticias al señalar: "... lo que dice RPP tiene rebote, es objetivo y sumamente positivo...".⁷

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

El Grupo RPP, líder de la comunicación radial en el Perú, opera en pleno respeto de las regulaciones sobre impactos ambientales de los medios de comunicación.

Por otro lado, en el marco de sus prioridades temáticas, las emisoras del Grupo RPP están disponibles para identificar, apoyar y difundir buenas prácticas y tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Lucha contra la corrupción.

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

Conducta ética, es uno de los valores del Grupo RPP. Hacia el último trimestre del 2009, el Grupo ha iniciado el proceso de revisión de su Guía de Principios Rectores y de su Código de Ética. Dicha revisión se basa en aprendizajes logrados en más de 45 años de experiencia institucional, así como en las mejores prácticas y los más altos estándares internacionales del sector.

Los documentos producidos en el proceso antes mencionado, serán el marco orientador para la aplicación de este principio del Pacto Mundial. En esa perspectiva, por ejemplo, ningún integrante del Grupo puede hacer uso de su cargo ni de los recursos de la organización para obtener o asignar beneficios de carácter personal; ningún integrante puede recibir regalos, obsequios o donaciones con el propósito de influir en decisiones o acciones reñidas contra la ética, que afecten los intereses y la bien ganada imagen de la organización.

Finalmente, es preciso resaltar que los líderes empresariales y los líderes de opinión, así como la opinión pública, califican a Radio RPP en el primer lugar entre las empresas que promueven valores en el país⁸. Dicha promoción contribuye de una manera directa a la formación básica de las personas y de la sociedad en proyección a la aplicación de este importante principio.

⁷ Dr. Antonio Brack, entrevista en Programa Ampliación de Noticias- RPP., 29-10-09,

⁸ Idm nota 1.