

## DECLARACIÓN DE CONTINUIDAD DE APOYO AL PACTO MUNDIAL

Lima, 27 de marzo de 2015

Señor  
**George Kell**  
**Director Ejecutivo Global Compact**

Naciones Unidas

De mi mayor consideración,

Es grato dirigirme a Usted para hacerle llegar mi más cordial saludo y remitirle – adjunto a la presente – el informe de Progreso del GRUPORPP, correspondiente a nuestras acciones desarrolladas durante el año 2013-2014 en torno a los 10 principios del Pacto Mundial.

Al mismo tiempo me complace reiterar el compromiso del Consejo Directivo del GRUPORPP 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 en particular, agradeciendo por su atención, reitero a Usted las muestras de mi mayor consideración.

Atentamente,

**Héctor Guerra García**

Gerente General

GRUPORPP



**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**



**PACTO MUNDIAL**

**Informe de Progreso**

**2013 -2014**

**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**

**GRUPORPP**

<b>Dirección Web</b>	<a href="http://www.gruporpp.com.pe/">http://www.gruporpp.com.pe/</a>
<b>Alto Cargo:</b>	Héctor Guerra García, Gerente General.
<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 Corazón, Radio Capital, La Zona, Radio Sabrosa, Canal 10 TV, Capital TV, Pantallas Retail y MCD Mercados.
<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, audiencias, medio ambiente.
<b>Difusión del informe</b>	Mecanismos de comunicación interna, página Web del Pacto Mundial.
<b>Persona contacto</b>	Elizabeth Cubas Giudice Coordinadora de Comunicación Corporativa <a href="mailto:ecubas@gruporpp.com.pe">ecubas@gruporpp.com.pe</a>

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe Progreso 2013-2014**

#### **INTRODUCCIÓN**

En el período 2013-2014 el GRUPORPP ha tenido un sinnúmero de campañas, acciones y programas especiales en bien de la sociedad, así como la emisión de información importante para el ciudadano y su formación democrática.

El 2013 fue un año trascendental para el grupo. RPP Noticias, la marca líder en información cumplía 50 años de trabajo ininterrumpido al servicio del país. Ese año lleno de importantes celebraciones, pero a su vez de reconocimiento a la labor informativa, sirvió para afianzar la difusión de diferentes campañas en favor del ciudadano y ser activos agentes de cambio para la vida de las personas. En este marco es importante resaltar que RPP Noticias fue concebido como un medio para servir y unir a las audiencias; es así que la Visión y Compromiso de “integrar a los peruanos en la búsqueda de una mejor calidad de vida a través de la información y entretenimiento” se basa en entregar a las audiencias información útil para vivir mejor.

El “Compromiso del GRUPORPP”, documento que recopila la guía de conducta en la que se exponen una serie de valores, principios y normas de comportamiento de todos los que integran el GRUPORPP sigue siendo la base de acción para todos los profesionales que trabajan en la empresa.

Durante el 2013 – 2014 todos nuestros productos mantuvieron su liderazgo en cuanto a audiencias pero nos respalda un factor aún más importante: la credibilidad y la buena reputación empresarial obtenida en una serie de estudios realizados por empresas de reconocido prestigio nacional como internacional.

En el presente reporte damos cuenta de las importantes acciones desarrolladas por el GRUPORPP con respecto a dichos principios durante el 2013- 2014 a nivel interno y en su labor informativa.

## **DERECHOS HUMANOS**

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

Esta herramienta de gestión, compartida entre todos los integrantes de la empresa señala que: **“Creemos en la justicia como derecho humano y abogamos por un sistema de justicia independiente, transparente y eficaz”**. Es así que a través de nuestros contenidos e informaciones, ayudamos a nuestras audiencias a orientar sus acciones y decisiones sobre la base del respeto a las leyes y los derechos de las demás personas.

Debido al importante rol que cumplimos con la sociedad a la que informamos, somos vigilantes defensores de la democracia la independencia de los poderes, difusores de los derechos y obligaciones del ciudadano. Para ello, 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.

- Continuamos con el cumplimiento y ejecución del “Compromiso del GRUPORPP”, documento que vigila la conducta y desarrollo de las acciones de la empresa y sus colaboradores. Esta herramienta de gestión expresa nuestros valores, principios y estándares profesionales de la organización. El contenido de este documento se refleja en este índice:

## EL COMPROMISO DEL GRUPORPP

### CONTENIDO

Presentación	3
1) Introducción	4
2) Visión	5
3) Misión	5
4) Sociedad y desarrollo, áreas prioritarias	5
a) Educación y cultura	5
b) Salud	5
c) Justicia	5
d) Medio ambiente	6
e) Seguridad	6
5) Principios	6
a) Derecho ciudadano a la información	6
b) Independencia	6
c) Libertad de expresión	6
d) Defensa y fortalecimiento del sistema democrático	7
e) Promoción de la empresa privada y la libre competencia	7
f) Fortalecimiento de la identidad nacional	7
6) Valores	7
a) Visión positiva del futuro	7
b) Vocación de servicio	8
c) Innovación	8
d) Conducta ética	8
e) Respeto	8
7) Estándares profesionales	8
a) Estándares generales	9
b) Estándares específicos	10
8) Información publicitaria	12

Adjuntamos “Compromiso del GRUPORPP” en versión PDF.

- En el 2013 el GRUPORPP lanza el “Instituto Integración”.  
Web Instituto Integración: <http://www.integracion.pe/>

Integración, es el instituto de análisis y comunicación que el GRUPORPP pone al servicio del país para mejorar la calidad de vida de los peruanos en la búsqueda de una visión compartida de la nación.

Los **objetivos** del Instituto Integración es multiplicar los alcances de la información, poniendo en agenda los temas de interés de la ciudadanía, en contraste con la realidad y perspectivas de los distintos sectores.

Esta organización está abierta a comunicadores y periodistas de todos los medios, líderes de opinión, hacedores de políticas públicas, agentes de cambio y público en general.

#### **¿Qué temas abordamos?**

- Educación
- Salud
- Infraestructura vial
- Democracia
- Seguridad ciudadana
- Servicios públicos
- Identidad
- Visión de futuro, entre otros.

En el año 2014 se elaboraron y difundieron 18 informes en diferentes temas: educación, salud, seguridad ciudadana, democracia, medio ambiente, identidad,

## PACTO MUNDIAL

### Informe Progreso 2013-2014

servicios públicos y visión de futuro. Todos estos informes fueron cubiertos a través de las distintas plataformas del grupo.

Los tres informes más exitosos, tanto en radio como TV del GRUPORPP (RPP y Capital), tuvieron los siguientes enfoques:

1. **¿Cómo somos los peruanos?** Describe cómo nos vemos a nosotros mismos y permite reconocer dos identidades nacionales: el peruano respetuoso y el peruano desubicado. El informe fue atractivo ya que el campo de la identidad del peruano es poco explorado y se vincula directamente a la esencia y sentir de las personas.
2. **Seguridad ciudadana:** Estudia la sensación de inseguridad de la población en distintos espacios públicos (bancos, restaurantes, transporte público) y en el hogar. Además, analiza cuáles son algunas de las medidas de prevención que toman los peruanos en su hogar y en la vía pública.
3. **La visión de futuro en relación a la familia.** Muchos peruanos la imaginan estable y unida al año 2021. Esto denota la importancia de mantener un núcleo familiar unido para muchos en nuestro país.

Los informes emitidos han obtenido rebote periodístico en otros medios de comunicación como Publimetro, La República, Perú 21, El Comercio; logrando así que esta información trascienda a todos los peruanos y colocar en agenda temas de interés para el desarrollo del país.

El Facebook de Integración fue lanzado a fines de diciembre de 2014 y tres meses después cuenta con casi 2000 likes. Los posts con mayor alcance fueron:

1. **Como somos los peruanos:** 384 mil personas
2. **Principales responsabilidades de la mujer:** 169 mil personas
3. **Ranking en América Latina de inseguridad en la calle:** 160 mil personas
4. **Ranking mundial de percepción de discriminación de la mujer:** 145 mil personas
5. **Principales problemas de la educación en el Perú:** 134 mil personas

Los especialistas que colaboran con Integración vienen de distintos ámbitos: del sector público (ej. MINEDU, MINSA, CEPLAN, JNE), de los organismos de

Cooperación (ej. Banco Mundial, OMS, Unicef), organizaciones sin fines de lucro (IDEA, Transparencia, Libélula), de la academia (Universidad Católica, Universidad del Pacífico, IEP, GRADE), así como otros especialistas independientes en los distintos temas que analizamos.

- “Regiones en Marcha” es un espacio informativo, que durante el 2014, ha emitido informes especiales sobre la problemática de las regiones del Perú enfatizando los temas de educación, salud y medio ambiente; así como los modelos exitosos regionales que pudieran ser replicables, todos alineados al respeto y la defensa de los derechos humanos. Este importante espacio tuvo una frecuencia de emisión de cuatro veces al día, seguido de una entrevista con un especialista recomendando acciones concretas.

[http://www.rpp.com.pe/regiones-en-marcha-tema\\_676842.html](http://www.rpp.com.pe/regiones-en-marcha-tema_676842.html)

- El GRUPORPP, forma parte del Consejo Directivo y Comité Técnico del Observatorio ciudadano “Lima cómo vamos”, colectivo que está orientado a realizar estudios y exponer diversas temáticas sobre la ciudad capital en la búsqueda de mejorar la calidad de vida del ciudadano limeño. A través de estos informes se indaga las percepciones y evaluaciones que tienen los vecinos sobre la gestión pública, sus niveles de transparencia, su eficiencia para fiscalizar y la relación entre autoridades y vecinos. El GRUPORPP difunde todos los estudios generados por este colectivo. En estos enlaces se puede apreciar la participación del GRUPORPP en la difusión de estos importantes estudios:

Desde noviembre del 2010 “Lima cómo vamos” presenta anualmente un informe de percepción ciudadana y un informe técnico de resultados en base a indicadores de gestión. A lo largo de estos cinco años, el GRUPORPP ha apoyado particularmente en las siguientes actividades de este observatorio:

**Publicación y difusión de la Encuesta Lima Cómo Vamos: Informe de Percepción sobre Calidad de Vida**

Se han difundido los resultados de la Encuesta a través de sus plataformas web, radial y televisiva, lo que llevó a que dicha publicación obtenga rebotes periodísticos en diversos medios de comunicación, colocando en agenda dicha problemática.

[Encuesta 2014](#)

**Publicación y difusión de Evaluando la Gestión en Lima: Informe de Resultados sobre Calidad de Vida**

El GRUPORPP ha sido un actor principal en la difusión de los resultados, brindando espacios a través de entrevistas, notas, reportajes y especiales.

[Informe 2013](#)

**Talleres para periodistas sobre enfoques urbanos**

Lima Cómo Vamos ha trabajado junto al GRUPORPP una serie de talleres dirigidos a su equipo periodístico con la finalidad de incorporar enfoques urbanos en la elaboración periodística. Se han abordado temas como el transporte público masivo, uno sobre espacios públicos; recientemente sobre movilidad sostenible. Estos talleres han permitido una mayor comprensión de las necesidades de la ciudad.

**Campaña Agentes Anti-Ruido**

Con la finalidad de concientizar a la ciudadanía sobre los efectos de la contaminación sonora, Lima Cómo Vamos lanzó la campaña “Conviértete en un Agente Anti-Ruido” que incluyó una intervención ciudadana el día 25 de mayo del 2013. El Grupo RPP fue un aliado, posicionando el tema en la agenda de diversos programas y realizando un enlace y reportaje desde la intervención.

[Video](#)

**Difusión de la Hoja de Ruta para un transporte y una movilidad sostenibles en Lima y Callao al 2025**

En agosto del 2013, diversas instituciones, entre ellas Lima Cómo Vamos, presentaron una Hoja de Ruta para una mejor gestión de la movilidad en la ciudad donde una de las principales propuestas consiste en la promoción de una Autoridad Única del Transporte. El GRUPORPP fue un medio de comunicación clave que difundió esta propuesta en sus diversas plataformas y que ha contribuido a que dicha Autoridad y la agenda de transporte en Lima esté en debate.

#### **Campaña Mi Regalo para Lima**

Con motivo del Aniversario de Lima, en el 2013 y 2014 se lanzó una campaña donde se elaboró un video socializando datos del observatorio e invitando a los ciudadanos a sumar acciones para una mayor cultura ciudadana. El GRUPORPP se sumó con su plataforma radial a través de la programación, donde también se invitaba a los oyentes a compartir las acciones que consideraban regalos para la ciudad.

#### **Estrategia Ocupa Tu Calle**

Esta estrategia de “Lima cómo Vamos” propicia la recuperación de espacios de la ciudad en desuso. El GRUPORPP ha apoyado en el proceso de difusión del mismo desde el lanzamiento del primer espacio intervenido. A través de RPP Noticias se tuvo un enlace microondas desde el primer parklet intervenido, entrevistando al alcalde de Miraflores.

<http://www.limacomovamos.org/>

[http://www.rpp.com.pe/lima-como-vamos-tema\\_394885.html](http://www.rpp.com.pe/lima-como-vamos-tema_394885.html)

- 69 contenidos noticiosos emitidos, en formato de entrevistas, despachos, informes especiales y notas informativas. Como referencia puede verse en los siguientes enlaces:

[http://www.rpp.com.pe/2013-08-08-gobierno-trabaja-en-politicas-de-proteccion-a-pueblos-indigenas-afirman-noticia\\_620458.html](http://www.rpp.com.pe/2013-08-08-gobierno-trabaja-en-politicas-de-proteccion-a-pueblos-indigenas-afirman-noticia_620458.html)

[http://www.rpp.com.pe/2014-05-30-trujillo-recomiendan-dieta-rica-en-magnesio-para-disminuir-violencia-noticia\\_696186.html](http://www.rpp.com.pe/2014-05-30-trujillo-recomiendan-dieta-rica-en-magnesio-para-disminuir-violencia-noticia_696186.html)

### 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 2013, pueden mencionarse las siguientes:

#### **Derecho a la información**

El GRUPORPP continuó realizando su labor al servicio del país, manteniendo el liderazgo en la difusión de la información como lo demuestran las cifras que se detallan a continuación:

RPP Noticias, el medio líder en contenidos noticiosos en el Perú. Su alcance, inmediatez y credibilidad la llevaron a obtener los siguientes logros:

- Audiencia
  - 6'154.600 oyentes a nivel nacional Total Perú, incluyendo el ámbito urbano y rural<sup>1</sup>
    - 1'941.200 oyentes en el ámbito urbano Lima
    - 4'651.100 oyentes en el ámbito urbano del interior del país
    - 1'503.500 oyentes en el ámbito rural del país.
- Alcance geográfico
  - 25 regiones, 74 ciudades, 115 provincias, 839 distritos

A nivel de reputación corporativa RPP Noticias ha tenido importantes logros entre los que destacan:

---

<sup>1</sup> CPI, octubre 2013 para el ámbito urbano (Lima e interior del país). CPI, junio 2012 para el ámbito rural.

**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**

- RPP Noticias es **el medio de comunicación con mejor reputación** en el ranking "Rep Trak Pulse Perú 2014" elaborado por la consultora mundial Reputation Institute. A nivel general RPP Noticias ocupó el cuarto lugar entre diez primeras empresas. Los factores que más pesaron en esta designación fueron el **liderazgo** y **ciudadanía** que ofrece RPP Noticias así como la **ética** e **integridad** que tiene ante los usuarios.
- RPP Noticias es reconocida como el mejor medio radial del país otorgado por la Cámara de Comercio de Lima. La entrega del galardón fue decidida por más de 300 representantes del sector empresarial que fueron consultados en la edición número 14 de la encuesta anual de ejecutivos promovida por la institución.
- La primera cadena informativa del Perú (fuente CPI- Mayo 2014).
- RPP Noticias fue reconocida como la **Mejor Emisora Radial del Perú** en los premios ANDA 2014. Este importante premio otorgado por la Asociación Nacional de Anunciantes.
- RPP Noticias recibe el "**Premio Responsabilidad Ambiental**" 2014 en el rubro radial, otorgada por la asociación Ghiss Jáa. Febrero 2014
- El medio de comunicación con mayor Credibilidad, objetividad e inmediatez (fuente CPI- Mayo 2013), con cobertura Nacional incluido ámbito rural.
- RPP Noticias recibe el **Premio al "Buen Trato para la Niñez"** - Noviembre 2013, otorgado por la Mesa de Concentración para la lucha contra la pobreza. Recibe el premio por el desarrollo de la campaña de lucha contra la desnutrición infantil.
- Durante las celebraciones de los 50 años de RPP Noticias, diversas instituciones nos entregaron un reconocimiento especial por la labor realizada: Municipalidad de San Isidro, Cámara de Comercio de Lima, Conferencia Episcopal de Lima, SUNAT, Poder Judicial, Congreso de la República, Asociación Transitemos.

**Radio Capital**<sup>2</sup>, una de las emisoras del GRUPORPP caracterizada por promover el derecho a la opinión de la población se consolidó durante el 2013 como el segundo medio de comunicación informativo a nivel de Lima Metropolitana. Este posicionamiento, le permitió dejar de ser una emisora local y extenderse a otras

---

<sup>2</sup> <http://www.capital.com.pe/>

## PACTO MUNDIAL

### Informe Progreso 2013-2014

regiones del país, llegando actualmente a 14 ciudades con su slogan “Tu opinión importa”.

- **Premio Presidente de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)** por su dedicación al desarrollo de la actividad periodística y su contribución al crecimiento del país. (Abril 2014)

#### Derecho a la solidaridad

El GRUPORPP realiza durante 12 años consecutivos el Premio Integración, creado para reconocer a aquellos peruanos que a través de sus iniciativas y emprendimientos con carácter de inclusión social, hacen grande al país. Durante todos estos años el premio reunió a cientos de casos de ayuda social de personajes y empresas con proyectos inspiradores, creativos, reales y comprometidos con la comunidad. En el 2013 se decidió reunir en una edición especial a los personajes que desarrollan los proyectos ganadores en los últimos 12 años del premio. Este fue un grupo heterogéneo de personajes que impulsa diversas temáticas innovadoras y son reconocidos por la comunidad tanto por su experiencia de desarrollo social como por los valores solidarios que los motivan. Estas historias resaltan iniciativas que impactan en las distintas poblaciones entre las que destacan personas con alto grado de marginación, familias, jóvenes, niños, estudiantes, campesinos e indígenas.

En la programación de RPP Noticias se abrieron espacios en sus diferentes plataformas informativas para reconocer, impulsar y premiar los avances más destacados que alcanzaron las iniciativas de los personajes ganadores en las 12 ediciones del Premio Integración.

Algunas cifras importantes del premio durante los 12 años de ediciones consecutivas:

- Se presentaron un total de **5132** candidaturas en total en doce años
- Se presentaron un total de **2686** candidaturas en la Categoría Personaje.
- Se presentaron un total de **2304** candidaturas en la Categoría Institución.
- Se presentaron un total de **142** candidaturas en la Categoría Empresarial.
- Se emitieron un total de **1593** informes de audio de los corresponsales de RPP en el interior del país, así como entrevistas en los diversos programas de la plataforma de RPP Noticias (radio, tv, internet).
- Se recibieron historias de los 24 departamentos del país.
- Los proyectos recibidos durante estos doce años corresponden a temas de educación, salud, ecología, agricultura, deporte, cultura, trabajo, arte, folklore, turismo y arte culinario.

## PACTO MUNDIAL

### Informe Progreso 2013-2014

- Las ciudades de donde fueron nuestros ganadores son: Cusco, Puno, Trujillo, Lima, Junín, San Martín y Huaraz.
- Todos los proyectos ganadores tienen vigencia, se han mantenido y han crecido a través del tiempo.

Los Ganadores de ganadores del Premio Integración 2013:

El primer lugar lo obtuvo **Amalia Suaña** con el proyecto educativo 'Sumita Corazón'. Con el apoyo de su familia, logró construir un comedor para los pequeños, donde se alimentan al finalizar sus labores escolares.

En medio del lago del Titicaca se ubican las islas flotantes de Los Uros, una de ellas es Tupiri Corazón, la isla donde la ganadora del Premio Integración 2011, Amalia Suaña cumplió el sueño de dar educación a los niños de 3 a 5 años, al construir sobre la totora, la escuela "Sumita Corazón". El esfuerzo de Amalia por educar a los pequeños fue recompensado. En sus dos salones de clase ahora cuenta con diversos materiales didácticos y recreativos necesarios para la enseñanza; además los niños tienen casacas y salvavidas para trasladarse con mayor seguridad en sus nuevos botes.

El segundo lugar fue para **Joaquín Leguía**, creador y promotor de la Asociación para la Niñez y Ambiente - ANIA, a través de esa institución busca fomentar en los niños el cuidado y preservación de la naturaleza.

Y el tercer lugar lo obtuvo **Leopoldo Maccarco**, un sencillo agricultor que cambió la vida de muchas comunidades en Cusco, Puno y Arequipa, con su revolucionaria creación: el 'Pasto Maleo', un forraje resistente al frío y a nevadas.

[http://www.rpp.com.pe/2013-12-12--sumita-corazon-de-amalia-suana-gano-el-premio-integracion-2013-noticia\\_654760.html](http://www.rpp.com.pe/2013-12-12--sumita-corazon-de-amalia-suana-gano-el-premio-integracion-2013-noticia_654760.html)

#### **Derecho a una vida saludable**

El GRUPO RPP continuó durante el 2013 y 2014 con sus programas y campañas dedicadas al bienestar y la práctica de vida saludable, según se describe a continuación:

- RPP Noticias.- programas de radio de emisión diaria dedicados en prevención de la salud física y mental: Cuidando tu salud, Era Tabú, De frente y sin máscaras y Siempre en Casa

**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**

En el 2013, en el programa Salud en RPP, se realizaron ciclo de temas de salud: trastornos de la alimentación, anorexia y bulimia, la familia y el entorno social como influencias en la aparición de anorexia y bulimia, cuidado del corazón, colesterol alto, obesidad, etc.

- Radio Capital.- Buena Salud y Despierta con Capital, programas de radio de emisión diaria en prevención de la salud física y mental.
- Radio Felicidad.- Vivamos felices, programa de radio con mensajes positivos para tener una mejor calidad de vida.
- RPP Noticias.- Realiza por 13 años consecutivos la edición de la “Maratón de RPP” incentivando de esa manera la conservación de una vida saludable a través del deporte. Cerca de 10 mil personas participaron de esta contienda deportiva de 21km y 10km, uniendo a corredores de diversas edades, lugares de procedencia y condiciones sociales.

<http://maraton.rpp.com.pe/>

RPP Noticias continuó de manera permanente con la difusión multiplataforma de campañas de salud. En el 2013 se inició una etapa renovada bajo el concepto de Desarrollo Infantil de la primera infancia, en alianza con MIDIS.

La Campaña de Desarrollo Infantil “Papeao y Apapachao” en alianza con el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, tuvo como objetivo que la población tome conciencia sobre la importancia de invertir durante la primera infancia para que los niños y niñas tengan un sano crecimiento y desarrollo.

[http://www.rpp.com.pe/campanias-desarrollo-infantil-seccion\\_663.html](http://www.rpp.com.pe/campanias-desarrollo-infantil-seccion_663.html)

- La Campaña duró 24 semanas.
- Se llevaron a cabo en total 67 entrevistas transmitidas por radio y TV. Se transmitieron 8 microprogramas de 60 segundos cada uno, donde los especialistas fundamentaron los mensajes sobre desarrollo infantil.

**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**

- El fan page de la Campaña en Facebook alcanzó a más de 3,000 seguidores.

Al finalizar la Campaña los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- De acuerdo a la evaluación de la Campaña, elaborado por la empresa de mercados CPI, los resultados fueron más que exitosos. CPI realizó dos encuestas al público oyente de RPP Noticias, en diciembre de 2013 (la primera) y abril de 2014 (la segunda). La muestra estuvo compuesta por un total de 1,400 oyentes de RPP Noticias.
- Son significativas las diferencias encontradas en lo que connota hoy (2014) la frase “desarrollo infantil”. Después de seis meses de campaña la mencionada frase conlleva a desarrollo físico, emocional, psicológico y mental (de 26% a 54% de crecimiento).
- La respuesta asociada a “cariño / afecto” se constituye en la segunda respuesta en importancia, luego de la alimentación, creciendo de 0% a 15% cuando se consulta sobre los mensajes de la Campaña recordados espontáneamente.
- Por otro lado, la importancia de la radio como medio de información se ve reflejada en un 66% de oyentes que señalan que es el medio por el cual se informan sobre temas relacionados al desarrollo infantil, seguido por la televisión y centros de salud.
- Además se nota un crecimiento de 0% a 4% de público que menciona al MIDIS como empresa o institución que promueve campañas de desarrollo infantil; antecedido por RPP Noticias y Minsa.
- El 86% de los que escucharon mensajes sobre desarrollo infantil por RPP Noticias, mencionan espontáneamente: cómo alimentar al niño (27%), la importancia de brindar al niño amor y cuidado (15%) y la importancia de la lactancia materna (14%).

## PACTO MUNDIAL

### Informe Progreso 2013-2014

- El 97% del público calificó como excelente a la Campaña “Papeao Apapachao”.

Así también durante el 2013, los diversos programas y conductores de las emisoras del GRUPORPP fueron merecedores de **premios y reconocimientos**, detallados a continuación:

- En noviembre del 2014 el GRUPORPP recibe un reconocimiento especial por parte del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, por el apoyo a la niñez y adolescentes peruanos, a través de nuestras campañas de Responsabilidad Social y contenidos emitidos en las diversas plataformas informativas.
- En el 2013, la Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza, en el marco de la Campaña Nacional ‘Buen Trato para Niñez’, distinguió a RPP Noticias en mérito a la Campaña Nacional de **Lucha contra la Desnutrición Infantil**.
- El Grupo Impulsor de la Reforma de la Salud Mental en el Perú (GIR) en alianza con la Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS) en el Perú reconocieron a los comunicadores y respectivos medios de comunicación que ganaron el Concurso “Buenas prácticas comunicacionales en salud mental: No hay salud sin salud mental 2013”.
  - Mejor entrevista radial: (Empate) Programa “Ampliación de la Una” de Radio RPP Noticias, del 8 de octubre de 2013.
  - Mejor reportaje radial: Programa “Confidencias” de RPP Noticias del 10 de octubre de 2013. Productora: Amelia Villanueva. Conductores: doctores Lupe Maestre y Ricarte Cortez.
  - Mejor entrevista de televisión: Programa “Chema a las 11” del periodista José María Salcedo, del 8 de octubre de 2013. RPP Televisión, Canal 10.
- El destacado médico oncólogo Elmer Huerta, conductor de los programas “Cuidando tu salud” y “Salud en RPP” de RPP Noticias, recibió la distinción

## **PACTO MUNDIAL**

### **Informe Progreso 2013-2014**

"Campeón de la Prevención y la Salud Pública" otorgado por la Casa Blanca de los Estados Unidos (EE.UU).

El galeno peruano fue distinguido por su labor de 27 años en educar a la comunidad a través de los medios de comunicación, y por favorecer el acceso a servicios preventivos de salud de los latinos pobres y sin seguro médico, a través del "Preventorio" que fundó hace 19 años en los Estados Unidos.

Por otro lado, Radio Felicidad recibió los siguientes reconocimientos:

- Diciembre 2013 recibe el reconocimiento de la Asociación de Ayuda al Niño Quemado - ANIQUEM, por la realización de la Radio Maratón a beneficio de ésta institución.
- Julio de 2014, el Congreso de la República del Perú reconoce al Dr. José Luis Perez Albela por su aporte a la salud y la prevención en el Programa "Vivamos felices" de Radio Felicidad.
- Los días 7 y 8 de noviembre de 2014 el GRUPORPP participó en la Radiotón de la gran cruzada Teletón, en favor de los niños de la clínica San Juan de Dios. Durante varias horas diversos programas de nuestras emisoras participaron con entrevistas, contenidos y difundiendo las formas de colaboración para la institución a nivel nacional.

### **Derecho a la Educación**

El programa "Letras en el tiempo", con siete años al aire, es un espacio cultural dedicado al quehacer literario, mediante el cual el GRUPORPP continua aportando con la educación y la inclusión cultural.

Este espacio busca promover y sensibilizar en el oyente joven y adulto, el hábito por la lectura y cumple un rol orientador con los educandos mediante actividades comunicativas relacionadas con el currículo escolar.

**PACTO MUNDIAL****Informe Progreso 2013-2014**

En el programa se analiza cada semana, la obra literaria de algún autor, entre ellos jóvenes escritores peruanos; o promotores culturales como narradores de cuentos, intelectuales y/o artistas que forman y elevan el nivel cultural de los oyentes. Entre los resultados alcanzados en este espacio figuran:

- 84 programas emitidos, cada uno de media hora de duración.
- Alrededor de 140 escritores invitados nacional como internacional. Entre los que destacan: Santiago Roncagliolo, Oswaldo Reinoso, Arturo Corcuera, Carmen Ollé, Marcela Robles, Giovanna Pollarolo, Mario Montalbetti, Raúl Tola, Carlos Germán Belli, Rocío Silva Santisteban, Alonso Cueto, Jeremías Gamboa, Jerónimo Pimentel, Fernando Ampuero, Abelardo Sánchez León, Carlos Yushimito, Marco Martos, Rossina Valcárcel, Carlos López Degregori, Óscar Colchado, Mariana D'Althaus, Raúl Tola, Carlos Calderón Fajardo, Alberto Fuguet (Chile), Rosa Montero (España), Ángeles Mastreta (México), Hernán Casciari (Argentina), Pablo de Santis, Hernán Migoya (España), Clara Sánchez (España), Rodrigo Fresán (Argentina), Jorge Volpi (México), Mario Montalbetti (Chile), entre otros.

[http://www.rpp.com.pe/programas-letras-en-el-tiempo-seccion\\_517.html](http://www.rpp.com.pe/programas-letras-en-el-tiempo-seccion_517.html)

En RPP Noticias contamos con el programa especial “Un día como hoy”, una efemérides que cuenta día a día los principales hechos históricos mundiales tanto en radio como en televisión. De esta forma brindamos información histórica relevante para el público, contribuyendo con la educación a través de pastillas informativas.

En Radio Capital, otra emisora del GRUPO RPP, el programa “La Buena Educación”, un espacio contratado por el Ministerio de Educación, contribuye al aprendizaje de los estudiantes y permite desarrollar canales de comunicación directa con los docentes y los padres de familia para recoger sus sugerencias respecto al día a día en la escuela y la situación de la educación a nivel nacional.

[http://www.capital.com.pe/programas-la-buena-educacion-seccion\\_950.html](http://www.capital.com.pe/programas-la-buena-educacion-seccion_950.html)

## PACTO MUNDIAL

### Informe Progreso 2013-2014

Con respecto a Radio Felicidad, una emisora más del GRUPORPP, en junio de 2013, la Municipalidad de Yanahuara, en Arequipa, reconoce la trayectoria artística y aporte a la cultura de la mencionada radio.

También, se llevó a cabo la Campaña “Cambiemos de Actitud”, que tuvo como objetivo contribuir con generar una cultura de seguridad vial, promoviendo el respeto de las normas de tránsito.

- La Campaña duró 18 semanas.
- Se emitieron 58 entrevistas.
- Se publicaron 58 notas informativas
- 33.605 browsers o visitantes del website de la campaña de desarrollo infantil

Estas y otras iniciativas desarrolladas en la programación de RPP Noticias permitieron obtener durante el 2013 reconocimientos de la opinión pública que se detallan a continuación<sup>3</sup> :

- Nro. 1 entre las empresas que apoyan más a la comunidad y la educación.
- Nro.1 entre las empresas que ayuda a la protección del medioambiente.
- Nro. 1 entre las empresas que promueven valores necesarios para el desarrollo y asumen una responsabilidad social dentro del país.
- No. 1 entre las empresas que promueven la peruanidad.
- RPP Noticias ocupa el segundo lugar con un 30% como la marca que mejor representa al Perú<sup>4</sup> .

---

<sup>3</sup> Informe de Imagen Corporativa Opinión Pública 2014. IPSOS Apoyo Opinión y *Mercado*.

<sup>4</sup> Estudio realizado por Ipsos Apoyo sobre peruanidad y percepción de orgullo de los peruanos. Julio 2014

## **PRINCIPIO 2**

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

La libertad de expresión es un derecho humano consagrado en la Constitución Política del Perú, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

El GRUPORPP considera que la libertad de expresión implica buscar, recibir y difundir informaciones de diversas fuentes sin exclusión, salvo aquellas que vulneren los valores fundamentales y los Derechos Humanos consagrados en la normativa vigente.

En ese sentido, mantenemos nuestra sujeción a las leyes y códigos de conducta de las instancias de autorregulación sectorial de las que formamos parte, así como a nuestros propios mecanismos de autorregulación.

La libertad de expresión y el derecho ciudadano a la información forman parte de los principios del GRUPORPP. Contribuimos de esta forma 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, la de sus conciudadanos y la del país.

De esta manera, aseguramos el respeto de los derechos ciudadanos, siendo conscientes de la responsabilidad que implica ser formadores de opinión e información.

El GRUPORPP forma parte de instancias de autorregulación, tal como se describe a continuación:

- 1 instancia de autorregulación de contenidos: la Sociedad Nacional de Radio y Televisión.

<http://www.snrtv.org.pe/quienes.php>

- 1 instancia de autorregulación periodística: El Consejo de la Prensa Peruana.

<http://www.consejoprensaperuana.org.pe/tempo/index.php>

1 instancia de autorregulación publicitaria: el Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria.

<http://www.conarperu.org/#>

## 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 implícito de la misión.

A nivel interno, el “Compromiso del GRUPORPP”, precisa que “cada uno de nuestros integrantes 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”.

**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**

En ese sentido, durante el 2013 - 2014 se realizaron algunas acciones para el cumplimiento de este compromiso que se precisan a continuación:

- Encuesta interna a los trabajadores sobre clima laboral interno, ejecutado en el mes de octubre de 2014 por la consultora externa Great place to Work.
- Evaluaciones de Desempeño laboral
- Revisión de cumplimiento de leyes laborales
- Convenios educativos
- Atención de casos sociales personalizados: Por enfermedad, familiar y otros que se presentan. Se coordinan casos sociales, de acuerdo a la necesidad de nuestra población. Se coordinan atenciones de salud, por la complicación que amerite. Se realizan trámites de lactancia para beneficio de los niños.
- En cumplimiento con la Ley No. 29896 de 2012, que establece la implementación de lactarios en las instalaciones del sector público y del sector privado promoviendo la lactancia materna, el GRUPORPP cuenta con un espacio “lactario” desde el 2013, atendiendo así a las madres de familia de la empresa.
- Campañas de salud internas. En promedio se realizan una o dos campañas al mes.
  - Masajes anti estrés
  - Masajes corporales
  - Quiropráctico
  - Vacunación (influenza y hepatitis)
  - Oftalmología
  - Corte de cabello
- Beneficios recreacionales para los trabajadores y sus familias. Se realiza actividades deportivas y Full day para los hijos de los colaboradores.
  - Campeonato deportivo (fútbol y vóley)
  - Torneo de ajedrez y sapo
  - Torneo de bowling
  - Entrenamiento de maratón
  - Día de película
  - Fiesta de navidad para los hijos de los colaboradores
  - Cierra puertas (carteras, zapatos, perfumes, etc.)

**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**

Vales de descuentos para: Cines, Gimnasio, Teatro y circos, entretenimiento para los hijos de los colaboradores, Campaña de útiles escolares.

Entrega de canastas para todos los colaboradores

Se entrega regalos de cumpleaños

Se envía presente de arreglos florales por nacimiento y defunción

- Feria de salud para los familiares de los trabajadores una vez al año.
- Asesoría laboral permanente a las gerencias del GRUPORPP.

A nivel externo, RPP Noticias emitió diversos contenidos noticiosos como: entrevistas, despachos, informes especiales y notas informativas referidos a temas laborales, registrados en su página web. Entre ellos podemos citar:

- Más de 65 piezas de contenidos desarrollados en la campaña de Responsabilidad Social “Chicos con sueños”, con el objetivo de erradicar el trabajo infantil.

[http://www.rpp.com.pe/campanias-chicos-con-suenos-seccion\\_263.html](http://www.rpp.com.pe/campanias-chicos-con-suenos-seccion_263.html)

- 69 contenidos noticiosos emitidos sobre temas relacionados con la legislación laboral, discriminación laboral y derechos laborales. Como referencia, puede verse el siguiente enlace:

<http://www.rpp.com.pe/buscar.php?s=informalidad>

### **PRINCIPIO 3**

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

En el GRUPORPP se reconoce el derecho a la libertad de asociación y a la negociación colectiva. Durante el 2014 no se recibieron iniciativas para la conformación de alguna asociación de trabajadores.

## PACTO MUNDIAL

### Informe Progreso 2013-2014

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.

El GRUPORPP actúa 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.

Asimismo, cada año, los colaboradores del GRUPORPP son convocados a expresar sus opiniones en una encuesta de clima laboral, donde de manera confidencial se recoge información sobre la percepción que tienen respecto a temas que permitan mejorar su desempeño laboral.

En base a la información recogida, se trabajan propuestas de mejora a lo largo del año y en algunos casos se comparte la información, manteniendo la confidencialidad, con las gerencias para un trabajo conjunto.

#### **PRINCIPIO 4**

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

Una de las áreas prioritarias del GRUPORPP es la *Justicia*. Creemos en la justicia como un derecho humano. Por ello ayudamos a nuestras audiencias informando sobre los derechos y deberes de los ciudadanos en general, ayudándolos a orientar sus acciones sobre la base del respeto de las leyes y los derechos fundamentales.

Este elemento, contemplado en el Compromiso del GRUPORPP, constituye un importante marco de orientación para asegurar el cumplimiento de este principio, que se plasma en nuestros contenidos informativos, denunciando toda forma de trabajo forzoso realizado por coacción. Una referencia sobre abordaje de este tipo de temas en nuestra función informativa podemos verla en el siguiente enlace:

[http://www.rpp.com.pe/2014-11-10-saludan-eliminacion-de-beneficios-penitenciarios-para-trata-de-personas-noticia\\_740916.html](http://www.rpp.com.pe/2014-11-10-saludan-eliminacion-de-beneficios-penitenciarios-para-trata-de-personas-noticia_740916.html)

[http://www.rpp.com.pe/2014-11-08-arequipa-detienen-a-sujetos-por-el-presunto-delito-de-trata-de-personas-noticia\\_740457.html](http://www.rpp.com.pe/2014-11-08-arequipa-detienen-a-sujetos-por-el-presunto-delito-de-trata-de-personas-noticia_740457.html)

<http://www.rpp.com.pe/buscar.php?s=trata-de%20personas>

## PRINCIPIO 5

### **Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil**

En el GRUPORPP nos consideramos vigilantes defensores de los derechos de los niños y los jóvenes a recibir una educación de calidad como principal medio para su desarrollo. Asimismo fomentamos que los padres asuman sus responsabilidades en la formación de sus hijos y respeten sus derechos a una vida sana, educación, salud, entre otros.

Educación y Salud, son dos de las cinco 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.

A nivel interno, estamos atentos al cumplimiento de este principio por parte de nuestros proveedores de servicio de limpieza y mantenimiento.

A nivel externo, plasmamos este principio en nuestros contenidos informativos, denunciando toda forma de trabajo infantil. Una muestra sobre abordaje de este tipo de temas en nuestra función informativa es la siguiente:

[http://www.rpp.com.pe/2013-11-26-el-circulo-vicioso-del-trabajo-infantil-causas-y-consecuencias-noticia\\_650515.html](http://www.rpp.com.pe/2013-11-26-el-circulo-vicioso-del-trabajo-infantil-causas-y-consecuencias-noticia_650515.html)

**PACTO MUNDIAL****Informe Progreso 2013-2014**

En el 2013, RPP Noticias en alianza con la Fundación Telefónica lanzaron la Campaña “Chicos con Sueños, que su Trabajo sea Estudiar” teniendo como objetivo Informar a la población sobre la necesidad de proteger a los niños y niñas contra el trabajo infantil, así como reconocer y respetar sus derechos fundamentales.

-Durante 26 semanas, a través de las diferentes plataformas de RPP Noticias y también a través de Radio Capital y Felicidad, se difundieron mensajes sensibilizadores respecto al tema central de la campaña, también se contó con la participación de expertos en distintos programas de RPP Noticias que trataron diversos puntos de vista sobre la problemática de la campaña con la finalidad de informar, educar y hacer reflexionar sobre esta realidad a las familias, a jóvenes, autoridades, líderes de opinión, comunicadores y la sociedad civil en general.

La evaluación final de la Campaña a continuación:

- Del total encuestados (274 casos), todos oyentes de RPP Noticias, que recuerdan haber sido impactado por algún mensaje de la Campaña “Chicos con Sueños. Que su trabajo sea estudiar”: el 98% asegura haber escuchado esta Campaña en RPP Noticias.
- El 21% menciona a Telefónica como empresa auspiciadora. Mientras que el 77% asegura haber escuchado los mensajes en RPP Noticias.
- Un 75% de los encuestados mencionan el nombre completo o parte de la Campaña: Que su trabajo sea estudiar 34%; Chicos con Sueños. Que su trabajo sea estudiar 33%. Chicos con sueños 8%.
- De los mensajes escuchados por los radioyentes: el 98% asegura que son mensajes útiles. El 97% los califica de excelente o bueno y el mismo porcentaje señala los mensajes como fáciles de entender. La credibilidad de los mensajes se refleja en 88% se los radioyentes.
- Un 85% quisiera recibir más información de la Campaña.

**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**

- Además, el 17% pide que los temas de maltrato infantil y abuso infantil sean tratados próximamente. Quedando como segundo tema más solicitado (12%) la Orientación a los padres para la crianza del niño

- A modo de conclusión: El mensaje de mayor impacto de la Campaña fue “lo único que deben hacer los niños es estudiar”. Mientras que la evaluación de la misma tiene altos porcentajes de evaluación en contenido, utilidad, comprensión y credibilidad.

[http://www.rpp.com.pe/campanias-chicos-con-suenos-seccion\\_263.html](http://www.rpp.com.pe/campanias-chicos-con-suenos-seccion_263.html)

- Participación de RPP Noticias como expositores en el Seminario Internacional: El impacto de las empresas en los derechos de los niños y niñas. Lima, 6 -7 de agosto 2013, organizado por Save The Children y Unicef. La exposición trató sobre nuestra Campaña Nutrición Infantil.
- Apoyos a distintas instituciones que promueven importantes causas sociales: Campaña Cero Anemia y Un Billón de Pie.

**PRINCIPIO 6**

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

El Modelo de Desarrollo del Talento Humano del GRUPORPP, garantiza la contratación, promoción y desarrollo del personal en base a perfiles de competencias personales y profesionales, sin discriminaciones. Durante el 2013 el número de personal se mantuvo en cifras similares, pero se registró un considerable incremento respecto a la composición de género en las jefaturas y direcciones, que se detallan en las siguientes cifras al cierre del 2013:

- 38% de mujeres, nivel similar a los registrados desde el 2009.
- 54% de mujeres en puestos de jefatura, presentando un notorio incremento respecto a los niveles alcanzados en años anteriores.

- 29% de mujeres en puestos de dirección/gerencia, cifra que supera el promedio nacional y el mundial (24%)<sup>5</sup>

género de GRUPORPP	Composición de colaboradores	
	Al 01 de diciembre 2013	
	N° Trabajadores	%
Hombres	377	62
Mujeres	228	38
<b>Total</b>	605	100

## MEDIO AMBIENTE

En el GRUPORPP somos conscientes que la satisfacción de las necesidades del presente no debe comprometer el derecho y las posibilidades de las futuras generaciones. Es por ello que *Medio Ambiente* es una de nuestras líneas prioritarias de acción en materia de sociedad y desarrollo.

En ese sentido durante el 2013 RPP Noticias difundió diversas iniciativas públicas y privadas de protección del medio ambiente y se emitió diversos contenidos noticiosos relacionados con este tema.

- Durante el 2013 se llevaron a cabo despliegues informativos con los colaboradores promoviendo el cuidado del medio ambiente: Día Mundial del Agua y Día Mundial de la Tierra.
- Apoyo a distintas instituciones que promueven importantes causas sociales medioambientales: 60 La Hora del Planeta y Ciudadanos al Día.

<sup>5</sup> Grant Thornton International Business Report 2013  
<http://www.slideshare.net/grantperu/ibr-2013-women-in-business>

[http://www.rpp.com.pe/2014-03-29-en-imagenes-limenos-celebraron-la-hora-del-planeta-en-barranco-noticia\\_680659.html](http://www.rpp.com.pe/2014-03-29-en-imagenes-limenos-celebraron-la-hora-del-planeta-en-barranco-noticia_680659.html)

[http://www.rpp.com.pe/2014-03-29-la-hora-del-planeta-algunos-consejos-para-ahorrar-energia-noticia\\_680640.html](http://www.rpp.com.pe/2014-03-29-la-hora-del-planeta-algunos-consejos-para-ahorrar-energia-noticia_680640.html)

[http://www.rpp.com.pe/2014-03-29-la-hora-del-planeta-algunos-consejos-para-ahorrar-energia-noticia\\_680640.html](http://www.rpp.com.pe/2014-03-29-la-hora-del-planeta-algunos-consejos-para-ahorrar-energia-noticia_680640.html)

[http://www.rpp.com.pe/2014-11-12-gobierno-publico-esperados-reglamentos-ambientales-noticia\\_741529.html](http://www.rpp.com.pe/2014-11-12-gobierno-publico-esperados-reglamentos-ambientales-noticia_741529.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 difusión periodística de los principales temas ambientales se pueden mencionar los siguientes:

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

[http://www.rpp.com.pe/campanias-cuida-el-agua-seccion\\_592.html](http://www.rpp.com.pe/campanias-cuida-el-agua-seccion_592.html)

- 01 campaña contra la contaminación del aire y su impacto sobre la salud, denominada “Aire limpio, más vida” que se desarrolló hasta marzo en sus plataformas de Radio y Web, y que se mantuvo el resto del año a través de internet.

[http://www.rpp.com.pe/campanias-aire-limpio-seccion\\_942.html](http://www.rpp.com.pe/campanias-aire-limpio-seccion_942.html)

- 01 premio a la responsabilidad ambiental otorgado a RPP Noticias por la Asociación Ghiis Jáa, por tercer año consecutivo, en mérito a su compromiso ambiental por la difusión de contenidos noticiosos y campañas de información y sensibilización sobre temas ambientales.

[http://www.rpp.com.pe/2014-02-13-rpp-noticias-recibio-el-premio-responsabilidad-ambiental-2013-noticia\\_669671.html](http://www.rpp.com.pe/2014-02-13-rpp-noticias-recibio-el-premio-responsabilidad-ambiental-2013-noticia_669671.html)

Estas acciones influyeron de manera positiva en las percepciones de los líderes de opinión y de la opinión pública sobre la imagen corporativa de RPP Noticias<sup>6</sup> que fue reconocida como:

- De acuerdo al Estudio Rep Trak Perú 2014, RPP Noticias se encuentra en el cuarto lugar de las empresas mejor valoradas en la ciudadanía como aquella que se preocupa por la sociedad, invierte en buenas causas y no daña el medio ambiente.

#### PRINCIPIO 8

**Las empresas deben emprender iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medio ambiental.**

RPP Noticias continuó promoviendo iniciativas sobre el cuidado del medio ambiente, dada la exitosa experiencia desarrollada con la campaña “Cuida el agua ya, no dejes que se acabe”, en el 2012. RPP Noticias publicó y emitió información sustanciosa para el público en general mediante informes especiales en radio y web, con el objetivo de alcanzar recomendaciones para el cuidado del planeta en el sentido más amplio. En estas secciones se pueden apreciar:

<sup>6</sup> Informe Estudio Rep Trak Perú 2014.

[http://www.rpp.com.pe/campanias-aire-limpio-seccion\\_942.html](http://www.rpp.com.pe/campanias-aire-limpio-seccion_942.html)

[http://www.rpp.com.pe/campanias-cuida-el-agua-seccion\\_592.html](http://www.rpp.com.pe/campanias-cuida-el-agua-seccion_592.html)

Radio Capital se sumó también a la tarea de concientizar a las personas en el cuidado del medio ambiente lanzando la campaña “No seas cochino, no arrojes basura a las calles”. En esta plataforma de radio y web los oyentes envían sus reportes y fotos de las calles sucias en Lima y provincias. Muchas de las denuncias recibidas han tenido solución por parte de sus municipios respectivos.

[http://www.capital.com.pe/no-seas-cochino-seccion\\_612.html](http://www.capital.com.pe/no-seas-cochino-seccion_612.html)

[http://www.capital.com.pe/2014-03-22-recogen-basura-y-desmante-de-sjm-tras-denuncia-de-radio-capital-noticia\\_678771.html](http://www.capital.com.pe/2014-03-22-recogen-basura-y-desmante-de-sjm-tras-denuncia-de-radio-capital-noticia_678771.html)

[http://www.capital.com.pe/2014-03-25-desmante-y-basura-se-acumulan-en-la-ramiro-priale-noticia\\_679842.html](http://www.capital.com.pe/2014-03-25-desmante-y-basura-se-acumulan-en-la-ramiro-priale-noticia_679842.html)

## PRINCIPIO 9

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

Siendo Medio Ambiente una de las líneas prioritarias del GRUPORPP en materia de sociedad y desarrollo, surge de manera inherente su voluntad de promover la responsabilidad ambiental y el desarrollo de tecnologías respetuosas con el entorno, así como el uso racional de los recursos naturales.

Es así que durante el 2013 se difundieron diversas iniciativas ambientales de instituciones y empresas, dentro de la programación informativa. A manera de ejemplo podemos visitar el siguiente enlace:

[http://www.rpp.com.pe/2014-12-01-super-arbol-de-ingeniero-peruano-es-finalista-en-concurso-de-history-noticia\\_746826.html](http://www.rpp.com.pe/2014-12-01-super-arbol-de-ingeniero-peruano-es-finalista-en-concurso-de-history-noticia_746826.html)

[http://www.rpp.com.pe/2013-08-20-botellas-con-agua-para-iluminar-casas-sin-electricidad-noticia\\_623745.html](http://www.rpp.com.pe/2013-08-20-botellas-con-agua-para-iluminar-casas-sin-electricidad-noticia_623745.html)

[http://www.rpp.com.pe/2013-05-13-inventan-horno-solar-que-convierte-el-agua-de-mar-en-potable-noticia\\_594216.html](http://www.rpp.com.pe/2013-05-13-inventan-horno-solar-que-convierte-el-agua-de-mar-en-potable-noticia_594216.html)

[http://www.rpp.com.pe/2013-06-05-dia-mundial-del-medio-ambiente-10-consejos-practicos-para-cuidarlo-noticia\\_601386.html](http://www.rpp.com.pe/2013-06-05-dia-mundial-del-medio-ambiente-10-consejos-practicos-para-cuidarlo-noticia_601386.html)

[http://www.rpp.com.pe/2014-02-06-taxis-autobuses-bicicletas-y-motos-inundan-bogota-en-el-dia-sin-carro-noticia\\_667817.html](http://www.rpp.com.pe/2014-02-06-taxis-autobuses-bicicletas-y-motos-inundan-bogota-en-el-dia-sin-carro-noticia_667817.html)

Uno de los congresos más importantes a nivel mundial, en cuanto a conservación del medioambiente se refiere, es la COP20. RPP Noticias ha preparado una cobertura especial para compartir con el Perú y el mundo toda la información que genere este importante encuentro internacional. Los enlaces que se presentan a continuación tienen la información mencionada:

<http://www.rpp.com.pe/cop20/>

[http://www.rpp.com.pe/2014-12-01-acuerdo-en-cop20-incluire-a-todos-los-paises-no-solo-desarrollados-noticia\\_746808.html](http://www.rpp.com.pe/2014-12-01-acuerdo-en-cop20-incluire-a-todos-los-paises-no-solo-desarrollados-noticia_746808.html)

[http://www.rpp.com.pe/cop-20-tema\\_743042.html](http://www.rpp.com.pe/cop-20-tema_743042.html)

Asimismo el GRUPORPP continuó apoyando no solo con difusión sino de manera participativa con iniciativas relacionadas a este principio.

En ese sentido, participó como auspiciador del concurso Premio TINÍ 2014, desarrollado por la ONG ANIA y Fundación Telefónica para incentivar y reconocer los trabajos de los niños, niñas y adolescentes en la conservación del medio ambiente. Para tener una referencia de este apoyo se puede visitar el siguiente enlace:

[http://www.rpp.com.pe/2014-11-08-lanzan-primer-edicion-del-premio-tierra-de-ninas-ninos-y-jovenes-2014-noticia\\_740511.html](http://www.rpp.com.pe/2014-11-08-lanzan-primer-edicion-del-premio-tierra-de-ninas-ninos-y-jovenes-2014-noticia_740511.html)

<http://www.tini.com.pe/>

## LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Uno de los principios del GRUPORPP es la Independencia. La empresa se define como una organización independiente de los poderes políticos y económicos, así como de los intereses personales, debido a su vocación de servicio al público y su compromiso con la sociedad a la que informa.

A nivel corporativo, este principio está plasmado en “El Compromiso del GRUPORPP” que destaca entre sus principales valores la *Conducta Ética*, señalando su vital importancia para el desempeño de sus funciones, haciendo hincapié en la responsabilidad que cada uno de nuestros colaboradores tiene en mantener una conducta ética a manera de proteger nuestra reputación como grupo empresarial. Asimismo, resalta la importancia de promover el cumplimiento de las leyes, reglas y regulaciones, al igual que mantener una conducta honesta e íntegra en nuestras relaciones internas y externas.

En el GRUPORPP defendemos el sistema democrático en tanto forma de gobierno, organización estatal y forma de convivencia social en la que los miembros de la

## PACTO MUNDIAL

### Informe Progreso 2013-2014

sociedad sean libres e iguales ante la ley y las decisiones se adopten de manera colectiva, mediante mecanismos de participación que confieran legitimidad a sus representantes.

Somos vigilantes defensores de la democracia y la independencia de los poderes, y difusores de los derechos y las obligaciones de los ciudadanos. Jugamos un papel activo en la facilitación del debate de ideas que incluyen la participación del público oyente durante los procesos electorales. Brindamos información útil, veraz, oportuna y transparente sobre la realidad nacional, así como sobre los candidatos y sus propuestas.

Por ser el GRUPO RPP una de las empresas con mejor reputación corporativa y con el afán de contribuir a una mejor transparencia de la gestión pública a través de la comunicación, durante el 2014, año electoral municipal y regional desarrollamos una campaña integral de comunicación “Regiones en marcha – Elecciones regionales y municipales 2014” con el objetivo de hacer transparente las gestiones municipales y regionales actuales, así como proveer información sobre los diversos candidatos. La Multiplataforma de RPP Noticias sirvió como tribuna de información para todos los electores peruanos, quienes conocieron a lo largo de más de seis meses temas como: Democracia y representatividad, educación electoral y calidad de vida de todas las regiones del país. Se informó sobre el quehacer y funciones de los gobiernos regionales y autoridades; la realidad, logros y problemas de cinco regiones del Perú, necesidades y propuestas para cada región y avances sobre el propio proceso electoral. Cada uno de los temas tratados en esta campaña informativa electoral contó con el respaldo de profesionales ad hoc de cada tema y fuentes especializadas, que garantizaron la pluralidad y transparencia de los contenidos emitidos.

A nivel informativo, RPP Noticias emitió una serie de contenidos relevantes en materia de lucha contra la corrupción, con temas relacionados al accionar de las instancias gubernamentales anticorrupción, difusión de eventos relacionados al tema, y denuncias sobre delitos de corrupción de la sociedad civil y de la propia población. Entre los contenidos más relevantes registrados en la plataforma de internet podemos citar:

- 59 contenidos informativos emitidos mediante despachos, entrevistas, informes especiales y notas informativas. Como referencia puede verse el siguiente enlace:

[http://www.rpp.com.pe/2014-10-20-chiclayo-roberto-torres-se-ubica-entre-los-10-peruanos-mas-corrupos-noticia\\_735103.html](http://www.rpp.com.pe/2014-10-20-chiclayo-roberto-torres-se-ubica-entre-los-10-peruanos-mas-corrupos-noticia_735103.html)

[http://www.rpp.com.pe/2014-07-20-transparencia-postulan-condenados-por-corrupcion-y-hasta-homicidio-noticia\\_709437.html](http://www.rpp.com.pe/2014-07-20-transparencia-postulan-condenados-por-corrupcion-y-hasta-homicidio-noticia_709437.html)

[http://www.rpp.com.pe/2014-02-04-parte-ii-graban-a-policias-recibiendo-coimas-noticia\\_667072.html](http://www.rpp.com.pe/2014-02-04-parte-ii-graban-a-policias-recibiendo-coimas-noticia_667072.html)

#### **PRINCIPIO 10**

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

Además de la habitual cobertura periodística en torno a este principio, el GRUPORPP promueve una conducta ética entre sus integrantes, a través de los *Estándares Profesionales* plasmados en el “Compromiso del GRUPORPP”.

Aunque la empresa es consciente que ningún manual escrito puede sustituir el razonamiento y el sentido común; mediante el cumplimiento de este documento se busca ayudar de manera individual y colectiva a mejorar el desempeño y el prestigio de sus integrantes en general y de sus comunicadores en particular, debido al importante y delicado rol social que cumple la empresa.

En este sentido, el documento expresa de manera tácita que los comunicadores de la empresa no deben estar inmersos en conflictos de interés que puedan poner en riesgo la credibilidad del GRUPORPP.

Asimismo resalta que los comunicadores del GRUPORPP desempeñarán sus funciones con absoluta independencia de cualquier influencia política, económica o de sus intereses personales.

**PACTO MUNDIAL**

**Informe Progreso 2013-2014**

Para asegurar el cumplimiento de los estándares mencionados, con relación a este y otros principios, se mantiene en actividad el rol de “El Defensor del Compromiso”, encargado de supervisar su cumplimiento, así como de recibir y canalizar información relevante sobre eventuales conductas contrarias a tales mandatos y facilitar su respectiva atención. Esta labor se complementa y de apoya directamente con el Directorio de la empresa.

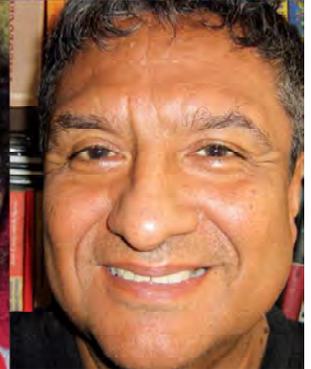
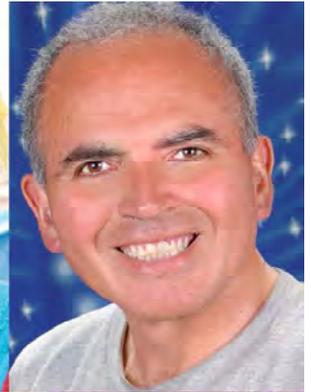


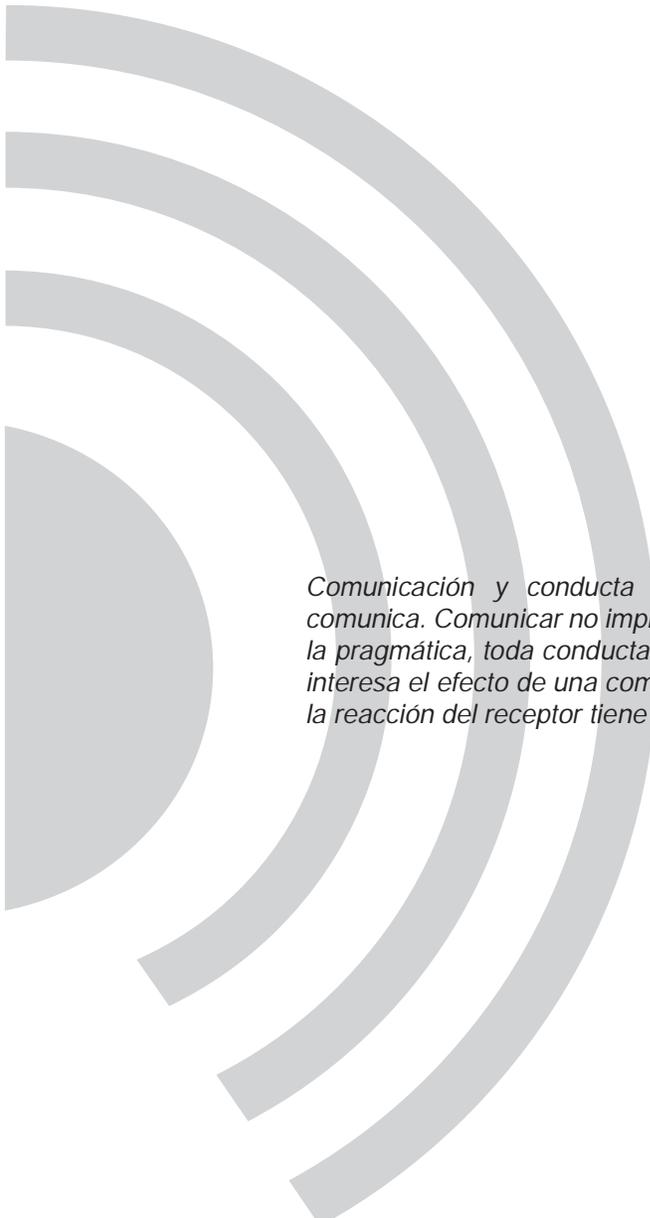
EL **C**OMPROMISO DEL  
GRUPORPP



# Contenido

Presentación.....	07
1) Introducción.....	08
2) Visión.....	10
3) Misión.....	12
4) Sociedad y desarrollo, áreas prioritarias.....	14
a) Educación y cultura	
b) Salud	
c) Justicia	
d) Medio ambiente	
e) Seguridad	
5) Principios.....	18
a) Derecho ciudadano a la información	
b) Independencia	
c) Libertad de expresión	
d) Defensa y fortalecimiento del sistema democrático	
e) Promoción de la empresa privada y la libre competencia	
f) Fortalecimiento de la identidad nacional	
6) Valores.....	24
a) Visión positiva del futuro	
b) Vocación de servicio	
c) Innovación	
d) Conducta ética	
e) Respeto	
7) Estándares profesionales.....	28
a) Estándares generales	
b) Estándares específicos	
8) Información publicitaria..	38
9) Mecanismos de difusión e implementación .....	42
Anexos.....	46





*Comunicación y conducta se usan como sinónimos, ya que toda conducta comunica. Comunicar no implica solo el lenguaje verbal. Así, desde la perspectiva de la pragmática, toda conducta y no solo el habla, es comunicación. Además, no solo interesa el efecto de una comunicación sobre el receptor, sino también el efecto que la reacción del receptor tiene sobre el emisor.*

*Paul Watzlawick*



## EL COMPROMISO DEL GRUPORPP

Hace 48 años nacimos como un medio de comunicación de alcance nacional, llevando una misma programación a todo el país. El diseño de nuestros contenidos fue concebido para servir e interesar a una audiencia dispersa en la gran extensión de nuestro territorio y diversa en cuanto a su realidad cultural, étnica y social.

En 1963, nuestro primer año de operaciones, recibimos el respaldo y el interés del público traducidos en altos índices de sintonía de toda nuestra programación de 12 horas diarias en aquella época. Esa señal selló nuestro COMPROMISO que es “Integrar a los peruanos, en la búsqueda de una mejor calidad de vida a través del entretenimiento y la información”.

En décadas recientes, un país que había sido eminentemente rural dio paso a espacios urbanos emergentes. La población a la que servimos creció de una manera significativa y se registró un vertiginoso avance tecnológico en el sector de las comunicaciones. Los gustos, preferencias y costumbres de nuestra audiencia se fueron transformando al ritmo de la tecnología.

Todo ello impulsó nuestro espíritu de innovación y nos llevó a constituirnos como un grupo multimedia de alcance local, nacional e internacional para poder atender las nuevas demandas de nuestro público, que busca en los medios de comunicación la “buena compañía permanente” que se expresa en sano entretenimiento, servicios de orientación sobre temas de salud y otras áreas de interés común, y en información objetiva, plural y oportuna, independiente de los poderes político y económico.

Nuestro COMPROMISO con el país, que hoy reafirmamos, se basa en sólidos principios, valores y estándares profesionales y en una alianza implícita entre el GRUPORPP y todos sus integrantes para crecer y desarrollarse juntos. Todo ello se encuentra expresado en las siguientes páginas y sintetiza las conductas, usos, costumbres y experiencias de 48 años de existencia dedicados al servicio de nuestra audiencia y del desarrollo nacional.

Finalmente, es importante resaltar que el presente documento- que constituye una guía de comportamiento para quienes integramos el GRUPORPP- es el resultado de un esfuerzo colectivo que incluye los aportes de varias instancias del Grupo, tales como las comisiones de trabajo que fueron conformadas por representantes de diversas áreas, el Equipo Gerencial, el Comité Editorial, el Consejo Directivo y el Directorio del GRUPORPP. A todos ellos, mis mayores reconocimientos por su valiosa contribución.

“Nuestro COMPROMISO con el país se basa en sólidos principios, valores y estándares profesionales”



**Manuel Delgado Parker**  
Presidente del Directorio



# INTRODUCCIÓN

## ¿Qué es EL COMPROMISO del GRUPORPP?

Es una guía de conducta en la que se exponen una serie de principios, valores y normas de comportamiento, los cuales nos comprometemos a cumplir todos quienes integramos el GRUPORPP, es decir accionistas, directivos, trabajadores, comunicadores y cualquier otra persona relacionada con nuestras operaciones.

Considerando la importancia de los comunicadores en la imagen de un medio de comunicación, el presente documento incluye estándares orientados a fortalecer su rol, preservando a la vez su reputación y la del GRUPORPP en general, dentro del marco del respeto a la libertad de expresión y al libre ejercicio de la libertad de prensa.

Al suscribir EL COMPROMISO del GRUPORPP, asumimos obligaciones y responsabilidades con el GRUPORPP, sus audiencias y la sociedad en general.

## ¿Cuáles son los beneficios de contar con EL COMPROMISO del GRUPORPP?

El presente COMPROMISO, nos permitirá:

- Propiciar condiciones más favorables para el desarrollo personal y profesional de quienes integramos el GRUPORPP.
- Comunicar claramente los comportamientos positivos esperados en la empresa, de acuerdo con los principios, valores y estándares establecidos.

- Identificar comportamientos contrarios a los principios, valores y estándares establecidos en el GRUPORPP, que pueden limitar el alcance de nuestra misión y visión, y el cumplimiento de las disposiciones legales.
- Contar con un marco de referencia para facilitar nuestros procesos de toma de decisiones.
- Trazar las líneas para orientar nuestras relaciones interpersonales, en el marco del respeto, la tolerancia y el compañerismo, como elementos importantes en el clima laboral en nuestra organización.
- Contar con directrices para relacionarnos con nuestros grupos de interés, a fin de propiciar la mejora continua de nuestra organización.
- Facilitar la comunicación con nuestros proveedores, audiencias y otros grupos de interés, respecto de la forma en que trabajamos.





**VISIÓN**

GRUPO  RPP

# VISIÓN



Integrar a los peruanos en la búsqueda de una mejor calidad de vida, a través del entretenimiento y la información.



**MISIÓN**

GRUPO  RPP

# 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.



**SOCIEDAD Y  
DESARROLLO**



En cuanto a temas de sociedad y desarrollo, ponemos énfasis en cinco áreas prioritarias: educación y cultura, salud, justicia, medio ambiente y seguridad. Al mismo tiempo, promovemos, rescatamos y reconocemos las acciones positivas, los casos de éxito y los esfuerzos orientados a la promoción del crecimiento económico y el desarrollo humano. Los temas y contenidos específicos son definidos en función de los objetivos y audiencias de cada uno de los medios de comunicación que operamos.

## ÁREAS PRIORITARIAS

En el GRUPORPP consideramos que los medios de comunicación tienen el privilegio de ser una palanca para el desarrollo integral del Perú, de los peruanos y de sus familias. En ese sentido, abordamos una amplia gama de temas de interés público a nivel de contenidos informativos y de entretenimiento.

“Ponemos énfasis en cinco áreas prioritarias: educación y cultura, salud, justicia, medio ambiente y seguridad”



## a. Educación y Cultura

Somos vigilantes defensores del derecho de los niños y los jóvenes a recibir una educación de calidad y valoramos la importancia de la educación en general y la educación básica en particular como caminos para el desarrollo personal y la movilidad social; al mismo tiempo, apoyamos a que los padres asuman sus responsabilidades en la formación de sus hijos.

A través de la información y el entretenimiento, contribuimos a la inclusión cultural mediante la producción y difusión de contenidos de relevancia nacional y universal.

## b. Salud

Promovemos la salud integral, física y mental para mejorar la calidad de vida de los peruanos. Para ello brindamos, de manera práctica, información relacionada con la salud en general y con la prevención, atención médica básica y la nutrición en particular.

## c. Justicia

Creemos en la justicia como un derecho humano y abogamos por un sistema de justicia independiente, transparente y eficaz. Por ello, 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. Para eso informamos sobre los derechos y deberes de los ciudadanos en general y sobre el funcionamiento del Poder Judicial y su relación con la ciudadanía en casos específicos.





“Creemos en la Justicia como un derecho humano y abogamos por un sistema de justicia independiente, transparente y eficaz”

#### d. Medio Ambiente

Somos conscientes de que la satisfacción de las necesidades del presente no debe comprometer el derecho y las posibilidades de las futuras generaciones. Por ello, difundimos iniciativas públicas y privadas de protección del medio ambiente, promovemos la responsabilidad ambiental, el desarrollo de tecnologías respetuosas con el entorno natural y el uso racional de los recursos naturales.

#### e. Seguridad

La seguridad es un derecho inalienable de las personas y un factor determinante de la calidad de vida, además de ser una condición necesaria para el buen funcionamiento de la sociedad y el Estado. Dado que es un tema de preocupación permanente y del mayor interés individual y colectivo, es abordado por nuestras programaciones de manera seria y constructiva difundiendo políticas públicas, buenas prácticas sobre seguridad ciudadana y propuestas de solución; ello constituye una real contribución que genera condiciones favorables para la estabilidad y el desarrollo nacional.



**PRINCIPIOS**



En el GRUPORPP creemos que una sociedad informada es una sociedad que elige su destino con una visión de futuro. Basamos nuestra credibilidad informativa y nuestros contenidos informativos y de entretenimiento en nuestro propio autocontrol y en sólidos principios como el derecho ciudadano a la información, la independencia, la libertad de expresión, la defensa y fortalecimiento del sistema democrático, la promoción de la empresa privada y la libre competencia, y el fortalecimiento de la identidad nacional.

“En el GRUPORPP creemos que una sociedad informada es una sociedad que elige su destino con una visión de futuro”



### **a. Derecho ciudadano a la información**

Contribuimos 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.

### **b. Independencia**

Con el afán de centrar nuestro trabajo en el servicio al público, somos una organización independiente de los poderes político y económico y de los intereses personales. Informamos y entretenemos con libertad y responsabilidad, facilitando la transparencia de los actos públicos y permitiendo que tanto la audiencia como las autoridades conozcan las demandas y necesidades de uno y otro lado.

### c. Libertad de Expresión

La libertad de expresión es un derecho humano consagrado en la Constitución Política del Perú, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Es, a la vez, un elemento esencial de los sistemas democráticos.

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 las normas antes referidas. Ejercemos ese derecho, sujetos a las obligaciones fijadas por la ley y por nuestros propios mecanismos de autorregulación. Consideramos que de ese modo se asegura el respeto a los ciudadanos y la protección de la seguridad nacional, así como el orden y la moral públicos.

### d. Defensa y fortalecimiento del Sistema Democrático

Defendemos el sistema democrático en tanto forma de gobierno, organización estatal y forma de convivencia social en la que los miembros de la sociedad sean libres e iguales ante la ley y las decisiones se adopten de manera colectiva, mediante mecanismos de participación que confieran legitimidad a sus representantes.



“Somos una organización independiente de los poderes político y económico y de los intereses personales”



“Somos vigilantes defensores de la democracia y la independencia de los poderes”

Somos vigilantes defensores de la democracia y la independencia de los poderes, y difusores de los derechos y obligaciones ciudadanos.

Jugamos un papel activo en la facilitación del debate de ideas que incluyen la participación del público oyente durante los procesos electorales. Brindamos información útil, veraz, oportuna y transparente sobre la realidad nacional así como sobre los candidatos y sus propuestas.

### **e. Promoción de la empresa privada y la libre competencia.**

Alentamos de manera permanente la inversión privada y el emprendimiento empresarial, pues consideramos que la promoción de la iniciativa individual, la empresa y la propiedad privada - en un marco de leal y libre competencia - son factores claves para el crecimiento económico, la generación de empleo y el desarrollo nacional. Nuestra programación incluye la difusión de información útil y oportuna y el análisis permanente del contexto económico nacional e internacional, con énfasis en las principales variables económicas y financieras, a fin de facilitar las decisiones de inversión.

### **f. Fortalecimiento de la identidad nacional.**

Nuestro país está conformado por una rica y variada composición étnica, social y cultural. Por eso, en el GRUPORPP desarrollamos nuestros contenidos y programaciones en función de los intereses de las diversas audiencias buscando establecer puntos de encuentro y de integración. Aspiramos a que los contenidos de nuestra programación reflejen los valores y las costumbres de la diversidad nacional y que faciliten el diálogo y el mutuo respeto intercultural.



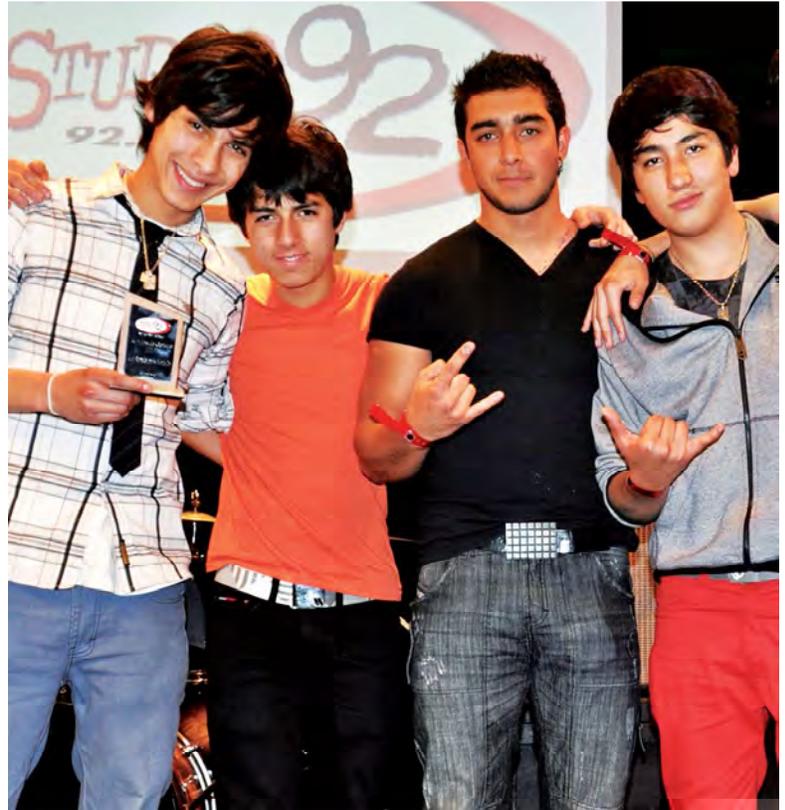


**VALORES**

Nuestros valores constituyen el fundamento de nuestra cultura organizacional y de nuestro quehacer como medio de comunicación y como grupo empresarial, y se reflejan diariamente en nuestras relaciones internas y externas. Interiorizar y practicar nuestros valores es un factor clave del éxito de nuestras actividades al servicio de la sociedad.

### a. Visión Positiva del Futuro

Propiciamos una visión optimista del país, su gente y su futuro, sin que ello signifique dejar de lado el espíritu de crítica, especialmente ante el uso del poder en todas las instancias. Esta visión orienta nuestro quehacer cotidiano y nos permite reconocer y difundir las mejores prácticas y aportes de personas, empresas e instituciones que contribuyen al desarrollo del país. Al mismo tiempo, apoyamos iniciativas para elevar la autoestima de los jóvenes, generando oportunidades de emprendimiento y desarrollo.



“Interiorizar y practicar nuestros valores es un factor clave del éxito de nuestras actividades al servicio de la sociedad”



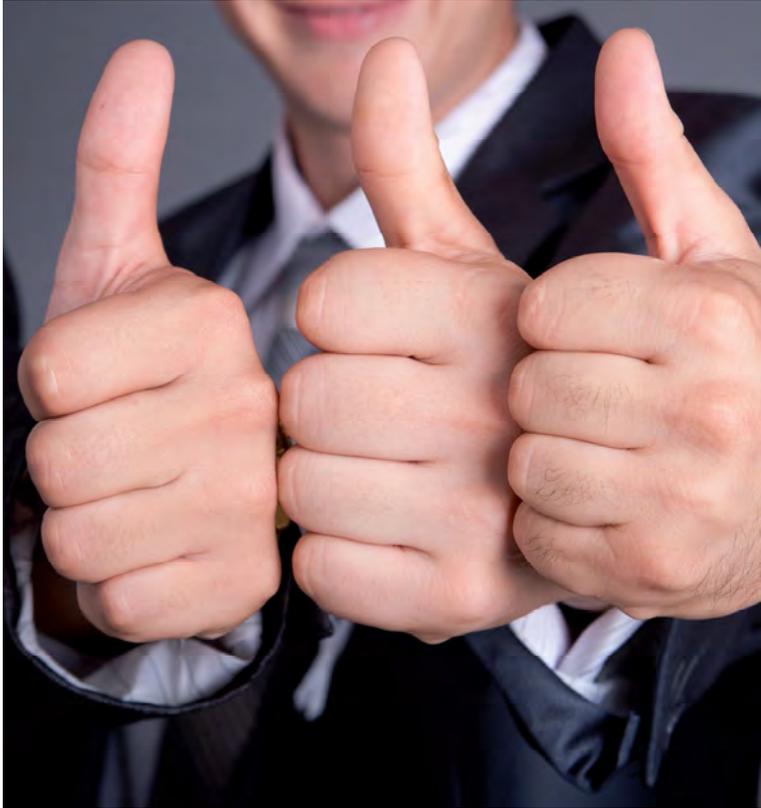
“Atendemos las preocupaciones de nuestras audiencias y demás grupos de interés, en pro de una mejor calidad de vida”

## **b. Vocación de Servicio**

En el GRUPORPP tenemos como tarea brindar un servicio de interés público y de formación de opinión pública mediante la difusión de información veraz y rigurosa, opinión libre y plural y sano entretenimiento. Del mismo modo, promovemos la vocación de servicio entre quienes integramos el GRUPORPP y con los actores externos con quienes nos relacionamos. De esa manera, atendemos las preocupaciones de nuestras audiencias y demás grupos de interés, en pro de una mejor calidad de vida.

## **c. Innovación**

Promovemos la mejora continua y la innovación para brindar un mejor servicio dentro de altos estándares de eficiencia y eficacia. En el GRUPORPP nos esforzamos por generar, desarrollar y aplicar nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas para mejorar la calidad de nuestras programaciones y contenidos así como el desempeño de los medios y plataformas por los que estos se transmiten.



#### **d. Conducta Etica**

La conducta ética es vital en nuestra organización y constituye una responsabilidad compartida de todos quienes integramos el GRUPORPP; por tanto, cada uno de nosotros es responsable de la protección de nuestra reputación como grupo empresarial. En el GRUPORPP promovemos el cumplimiento de las leyes, reglas y regulaciones que nos atañen, la conducta honesta y la integridad en nuestras relaciones internas y externas.

#### **e. Respeto**

En el GRUPORPP promovemos el respeto mutuo a nivel interno y brindamos un tratamiento equitativo y respetuoso de las diversas opiniones e intereses legítimos de nuestra audiencia y de todos los invitados que forman parte de nuestra programación. Por ello, 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. Nuestros programas y campañas destacan la importancia del cumplimiento de tales Principios.

**“Promovemos el respeto mutuo a nivel interno y brindamos un tratamiento equitativo y respetuoso de las diversas opiniones e intereses legítimos de nuestra audiencia”**

The image features a background of overlapping, curved bands in shades of orange and grey. A prominent black circle is positioned on the left side, containing the text 'ESTÁNDARES PROFESIONALES' in white, bold, uppercase letters. The overall design is modern and minimalist.

**ESTÁNDARES  
PROFESIONALES**

Es condición básica de éxito, que todos quienes integramos el GRUPORPP desempeñemos nuestras funciones con integridad y honestidad. Los estándares profesionales expresados en este documento son el punto de partida de esas actitudes. Aunque ningún manual escrito puede sustituir el razonamiento y el sentido común, mediante el cumplimiento de los estándares buscamos ayudar, individual y colectivamente, a mejorar nuestro desempeño y nuestro prestigio como comunicadores integrantes de una empresa que cumple una importante y delicada función social.

“ Buscamos  
mejorar nuestro  
desempeño  
y nuestro prestigio  
como comunicadores  
integrantes de una  
empresa que cumple  
una importante  
y delicada  
función social”

## ESTÁNDARES GENERALES

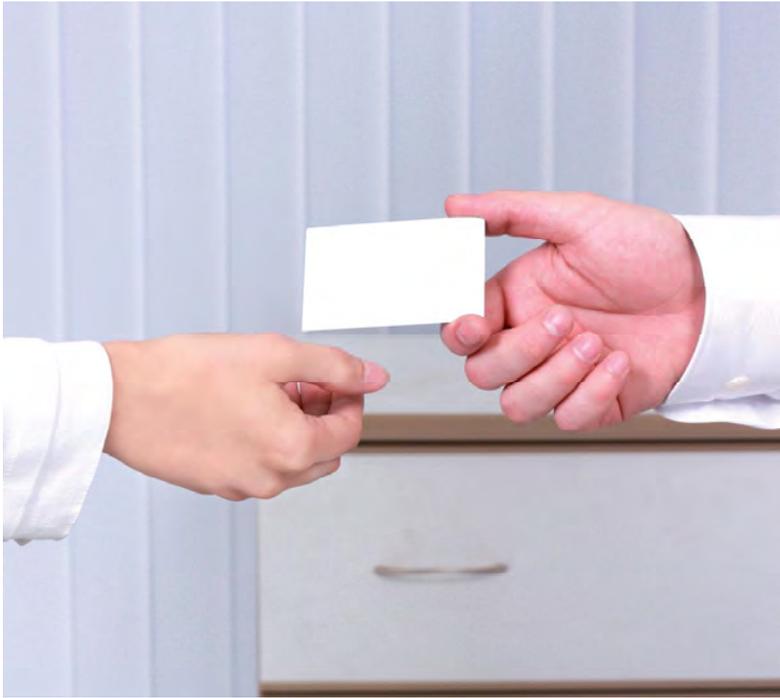
El cumplimiento de los siguientes principios y normas nos corresponde a **todos quienes integramos** el GRUPORPP.

### a. Respeto de los Derechos Humanos

En el GRUPORPP respetamos los Derechos Humanos reconocidos en la Constitución Política del Perú, así como en la Declaración Universal de la Organización de la Naciones Unidas y en la Convención Americana de Derechos Humanos.

### b. Relaciones Interpersonales

En el GRUPORPP fomentamos la integración de nuestros miembros como factor clave de generación de valor. Por tanto, 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.



### c. Conflicto de Intereses

1. Un conflicto de intereses puede presentarse cuando un integrante del GRUPORPP no se encuentra en posibilidad de desempeñar sus funciones y obligaciones de manera plena y objetiva debido a que tiene un interés particular que se contrapone al de la empresa, sea cual fuere su rol.
2. Quienes integramos el GRUPORPP evitaremos las situaciones de conflicto de intereses, pues estas podrían poner en riesgo la credibilidad, la imagen y las actividades empresariales del GRUPORPP y de los medios de comunicación relacionados.<sup>1</sup>

3. En caso de producirse una situación de conflicto de intereses en el desempeño de la función de algún integrante del Grupo GRUPRPP, tal situación será informada al respectivo jefe inmediato quien, a fin de protegerlo, trasladará las respectivas tareas a otro miembro del equipo que se encuentre en posibilidad de actuar libre de tales conflictos.
4. A fin de evitar posibles influencias externas en el desempeño de sus funciones, los integrantes del GRUPORPP no aceptarán regalos o invitaciones que tengan un valor superior al que corresponde a las fórmulas habituales de cortesía.
5. Cuando resulte extremadamente descortés o inapropiado declinar un regalo o invitación que supere los límites mencionados, éste deberá ser remitido a la Gerencia de Gestión y Desarrollo Humano para su asignación final a través de sorteos u otros mecanismos similares.

**“Evitaremos las situaciones de conflicto de intereses, pues estas podrían poner en riesgo la credibilidad del GRUPORPP”**

---

<sup>1</sup> Medios de comunicación a través de los cuales difundimos los contenidos de información y/o entretenimiento que producimos.

6. Si un integrante del GRUPORPP no estuviese seguro si es apropiado aceptar un regalo o invitación, deberá hacer las consultas correspondientes con su jefatura inmediata.
7. Para preservar nuestra independencia, cualquier invitación relacionada con viajes, estudios y becas que tuviesen como requisito el trabajar en un medio de comunicación y/o recibir su respaldo, será previamente evaluada y autorizada por la Dirección de Información o la gerencia correspondiente. Tales invitaciones serán apoyadas cuando guarden una estrecha relación con la línea de carrera del invitado, las áreas prioritarias sobre sociedad y desarrollo o las estrategias del GRUPORPP.

“La protección de nuestra reputación es una responsabilidad compartida de quienes integramos el GRUPORPP”

#### **d. Confidencialidad**

1. Los integrantes del GRUPORPP que en razón de su cargo o su actividad profesional dispongan o manejen información confidencial, son responsables de su protección y uso exclusivo para los fines y objetivos de la empresa.
2. Difundir o negociar con información confidencial viola la integridad y credibilidad del GRUPORPP, es contrario a las leyes y conlleva acciones legales de carácter civil o penal.
3. La protección de nuestra reputación es una responsabilidad compartida de quienes integramos el GRUPORPP. Por tanto, los asuntos internos del GRUPORPP serán tratados de una manera prudente. Las inquietudes y propuestas relacionadas con este tipo de asuntos serán canalizadas directamente al respectivo inmediato superior o a la instancia correspondiente, evitando así su difusión pública por los medios de comunicación relacionados al GRUPORPP o por cualquier otro medio.



## e. Respeto a la propiedad

1. Los productos del trabajo desarrollado en el GRUPORPP, tengan o no carácter de propiedad intelectual, pertenecen exclusivamente al GRUPORPP. Tales productos incluyen informes, propuestas, estudios, programas y cualquier otro producto derivado de la actividad profesional desempeñada en el GRUPORPP y no podrán ser copiados, reproducidos ni transferidos a terceros sin previa autorización de la gerencia correspondiente. La presente cláusula no incluye las emisiones al aire.
2. Los recursos de propiedad del GRUPORPP serán utilizados de manera eficiente y apropiada y únicamente para el desempeño de las funciones asignadas, evitando usos inadecuados que pudiesen derivar en perjuicio económico o deterioro de la reputación del GRUPORPP.
3. En el marco de sus planes de desarrollo personal o profesional, los integrantes del GRUPORPP podrán efectuar trabajos de investigación o tesis de grado que impliquen abordar temas y/o emplear información relacionada con las actividades del GRUPORPP; para ello deberán presentar su plan de investigación y solicitar la autorización previa a la gerencia correspondiente.
4. Quienes deseen participar en premios o concursos, empleando información o material de propiedad del GRUPORPP, deberán informar y contar con la autorización previa de la gerencia correspondiente. La generación de contenidos para participar en dichas actividades será apoyada cuando guarde estrecha relación con las áreas o contenidos prioritarios, principios, valores y estrategias del GRUPORPP.

## ESTÁNDARES ESPECÍFICOS

La credibilidad es esencial en todo medio de comunicación y en el GRUPORPP en particular. Por tanto, los siguientes principios y normas aplican a **todos los comunicadores** que integran el GRUPORPP, con independencia de la naturaleza de su vinculación contractual.

### a. Respeto de los Derechos Humanos

1. Nunca se difundirán contenidos que violen los Derechos Humanos o transgredan los valores o principios establecidos en el presente documento.
2. No se difundirán contenidos que inciten a la violencia o hagan apología de ella. todas las personas, en especial de los menores de edad, de acuerdo a ley.
3. No se difundirán contenidos que denoten discriminación de ideologías, religión, sexo, raza, procedencia social o cultural o de cualquier otra índole.
4. Se respetará la intimidad y el honor de todas las personas, en especial de los menores de edad, de acuerdo a ley.



**“La credibilidad es esencial en todo medio de comunicación y en el GRUPORPP en particular”**



## b. Conflicto de intereses

1. Tratándose de un comunicador, el alcance del conflicto de intereses abarca, además de lo señalado en los estándares generales, intereses particulares que se contraponen o se vinculan a los del entrevistado o al de las personas o entidades involucradas en la noticia o los temas a tratar.
2. En todo momento, los comunicadores del GRUPORPP desempeñarán sus funciones de información o entretenimiento con absoluta independencia de cualquier influencia política, económica o de sus intereses personales, acatando los principios establecidos en el presente documento.
3. Quienes deseen participar en actividades y campañas políticas - especialmente como candidatos, dirigentes, asesores o brindar apoyo activo a alguna persona o partido - deberán renunciar al GRUPORPP.

4. Los comunicadores del GRUPORPP no podrán prestar servicio alguno a ninguna institución gubernamental nacional o extranjera, salvo sea la función docente.
5. Bajo ningún concepto los comunicadores del GRUPORPP harán uso en su propio provecho o en el de otros, de las informaciones que obtengan por motivos profesionales, ya sea anulándolas, retrasándolas, modificándolas o revelándolas.
6. En el ámbito del entretenimiento, lo anterior implica tomar decisiones objetivas en cuanto a los contenidos hablados y musicales a emitir, atendiendo los requerimientos de la audiencia, sin anteponer intereses personales.
7. Los comunicadores del GRUPORPP no podrán ofrecer ni brindar servicios de relaciones públicas; es decir, para asegurar su independencia profesional, no podrán hacer uso de su función de comunicadores para promover o apoyar intereses particulares.

**“Los comunicadores del GRUPORPP desempeñarán sus funciones con absoluta independencia de cualquier influencia política, económica o de sus intereses personales”**



## **“Los comunicadores del GRUPORPP propician la pluralidad de opiniones en torno de los hechos que informan”**

### **c. Opinión**

1. Los comunicadores del GRUPORPP tratan de manera equitativa y respetuosa las diversas opiniones y los intereses sociales legítimos.
2. Los comunicadores del GRUPORPP propician la pluralidad de opiniones en torno de los hechos que informan, favoreciendo así la capacidad del público para crear su propia opinión.
3. Los contenidos producidos por el GRUPORPP incluirán opiniones profesionales cuando ello sea conveniente para la correcta cobertura de los asuntos sobre los que informan.
4. La información se dará al público diferenciándola claramente de las opiniones y los comentarios.
5. El GRUPORPP solo hará uso de su derecho a emitir opiniones de carácter corporativo cuando así lo exijan circunstancias especiales de importancia e interés nacional.

## **“Proporcionamos a nuestros comunicadores la oportunidad de formar parte de una empresa multimedia de alta reputación entre los medios de comunicación”**

### **d. Participación en actividades externas**

1. En el GRUPORPP proporcionamos a nuestros comunicadores la oportunidad de formar parte de una empresa multimedia de alta reputación entre los medios de comunicación y consideramos que su participación en actividades externas al Grupo puede comprometer su propia imagen, la del medio para el cual trabajan y la del GRUPORPP en general.
2. En el marco de la alianza para crecer y desarrollarnos junto con nuestros integrantes, y de resguardar nuestra imagen en los diferentes niveles antes mencionados, en el GRUPORPP podremos brindar a nuestros comunicadores las oportunidades internas de participación y desarrollo profesional en actividades promovidas por los diferentes medios y plataformas relacionados al GRUPORPP, tales como radio, televisión e Internet.

3. Con el mismo propósito expresado en el párrafo anterior, una eventual participación de nuestros comunicadores en actividades externas al GRUPORPP estará sujeta a las consultas previas y a la aprobación de la gerencia correspondiente.
4. Todo comunicador del GRUPORPP que participe en actividades externas en el marco de lo señalado en el numeral anterior, pondrá especial atención en la importancia de resguardar y poner en alto su propia imagen, la del medio en el que labora y la del GRUPORPP en general. Al mismo tiempo, especialmente cuando participe en entrevistas o actividades similares, hará explícito que realiza su participación en representación del GRUPORPP o del medio específico para el cual labora.
5. La participación en actividades externas incluye diversas modalidades tales como la participación en mensajes, audios y videos comerciales, testimoniales o promociones de productos o servicios. También incluye la participación como intérpretes, actores u otras formas relacionadas en películas o espectáculos, así como en entrevistas y como columnistas de temas de coyuntura política.
6. Cualquier excepción respecto de la participación de los comunicadores del GRUPORPP en actividades externas será revisada y definida en cada caso en particular.



## e. Posiciones públicas sobre temas controversiales <sup>2</sup>

1. En el GRUPORPP trabajamos activamente por la protección de la reconocida reputación de independencia, pluralidad y credibilidad de la que gozan nuestros contenidos, programaciones y comunicadores, así como los medios de comunicación y plataformas que operamos. Los comunicadores que integran el GRUPORPP, por su parte, también tienen un importante papel que cumplir en la protección de dicha reputación.
2. El manejo de los temas controversiales es una de las áreas que merece un tratamiento especial cuando se trata de la protección de nuestra reputación. En ese sentido, los comunicadores del GRUPORPP evitarán identificarse públicamente o vincularse con temas o asuntos controversiales, así como participar en actos públicos relacionados con ese tipo de temas.
3. No obstante, quienes pudiesen verse inmersos en un tema controversial, deberán dar aviso a la gerencia correspondiente que evaluará el caso y definirá las acciones necesarias para evitar su involucramiento en polémicas públicas.

---

<sup>2</sup> Temas polémicos que implican desacuerdos públicos prolongados y de amplia escala en la sociedad, tales como la legalización del aborto, legalización de la venta de drogas, eutanasia, legalización de la pena de muerte y matrimonio homosexual, entre otros.



**INFORMACIÓN  
PUBLICITARIA**



“Difundimos la información comercial de forma eficiente, honesta, veraz y rentable”

El GRUPORPP considera la publicidad como un servicio de información comercial que satisface los intereses tanto de la audiencia como de los clientes. Cuando un comercial se emite por alguno de los medios de comunicación relacionados al GRUPORPP, la empresa que anuncia forma parte de la programación a la que nuestra audiencia y nuestros usuarios acceden. Este es uno de los grandes beneficios que obtienen nuestros anunciantes al confiarnos la difusión de sus mensajes e implica tener en cuenta los siguientes aspectos:

### a. Visión Comercial

El equipo comercial del GRUPORPP tiene como misión ofrecer un servicio oportuno, veraz, eficiente y rentable a los anunciantes. Por esta razón, conocer las políticas comerciales y las necesidades de los anunciantes es una exigencia fundamental; gracias a ello, difundimos la información comercial de forma eficiente, honesta, veraz y rentable.



### **b. Susceptibilidad**

El contenido de la publicidad no debe atentar contra la susceptibilidad de la audiencia, confundir o faltar a la verdad induciendo al error, tener mensajes discriminatorios, ni incitar a la violencia o hacer apología de ella.

### **c. Diferenciación entre publicidad y contenidos de programación.**

La forma como se presenta la información publicitaria- sea esta un aviso, mención o comunicado- debe permitir distinguir nítidamente su naturaleza comercial. Los comunicados o propagandas políticas deben incluir el nombre de la institución que los contrata a fin de diferenciarse de los contenidos noticiosos o de entretenimiento.

### **d. Publicidad, programaciones y medios de comunicación.**

Las programaciones producidas por el GRUPORPP, así como los medios por los que se transmiten, tienen éxito gracias a la calidad de sus contenidos ya sean noticiosos o de entretenimiento. Por tanto, no aceptamos emitir publicidad que intente imitar o hacer burla de los contenidos de nuestras programaciones para evitar así afectar su imagen y confundir a la audiencia respecto de la naturaleza comercial de los mensajes.

**“Las programaciones producidas por el GRUPORPP, así como los medios por los que se transmiten, tienen éxito gracias a la calidad de sus contenidos”**



#### **e. Observancia de las normas legales**

Se tendrá en cuenta el marco legal y normativo de la publicidad peruana y, en particular, todo lo relacionado con el consumo de alcohol, tabaco, medicamentos y otros similares, así como con las normas y políticas relacionadas con la protección del menor.

#### **f. Control del cumplimiento de las políticas internas**

En caso de presentarse publicidad cuyos contenidos estuviesen en contra del estilo y las políticas internas del GRUPORPP, la Gerencia Comercial no aceptará su difusión. Un segundo nivel de control será ejercido por el gerente del medio de comunicación o producto, quien podrá vetar su difusión.



**MECANISMOS  
DE DIFUSIÓN E  
IMPLEMENTACIÓN**

## a. Difusión Interna

1. El presente documento será distribuido y difundido entre los integrantes del GRUPORPP, a fin de promover su conocimiento, compromiso y cumplimiento.
2. La Gerencia de Gestión y Desarrollo Humano asegurará la incorporación de los contenidos del presente documento en las sesiones de inducción y re-inducción del personal. La presentación de los contenidos en dichas sesiones será realizada por el Defensor del COMPROMISO del GRUPORPP<sup>3</sup>, contando con el apoyo de la Gerencia de Responsabilidad Social.

3. El diseño y supervisión de las actividades de difusión continua de los contenidos del presente documento estarán a cargo de la Gerencia de Asuntos Corporativos y de la Gerencia de Responsabilidad Social, en coordinación con la Gerencia de Gestión y Desarrollo Humano. Su implementación estará a cargo de cada una de las gerencias del GRUPORPP, quienes contarán con el apoyo de las gerencias antes mencionadas.



## b. Implementación

### Políticas y reglamentos

1. El presente documento podrá derivar en políticas y reglamentos específicos a fin de orientar con mayor detalle la implementación de aquellas secciones o temas que así lo requiriesen.
2. La Gerencia de Gestión y Desarrollo Humano se encargará de alinear el Reglamento Interno de Trabajo a los lineamientos establecidos en el presente documento.

---

<sup>3</sup> Instancia encargada de velar por el cumplimiento del COMPROMISO del GRUPORPP.



c. Recibir las informaciones relacionadas con acciones o conductas contrarias a los mandatos señalados en el presente documento,<sup>4</sup> canalizarlas hacia las respectivas jefaturas inmediatas para su atención, darles el seguimiento correspondiente y presentar informes periódicos de situación a la Gerencia General.

d. Canalizar los casos no resueltos a nivel de las jefaturas respectivas, a la consideración del Comité del COMPROMISO<sup>5</sup> para su evaluación y decisión final.

### Gestión del Cumplimiento

1. Cada gerencia y jefatura se encargará de asegurar el cumplimiento de los principios, valores y normas contenidos en el presente documento, en sus respectivas áreas.
2. El Defensor del COMPROMISO del GRUPORPP se encargará de:
  - a. Supervisar el cumplimiento de los mandatos establecidos en el presente documento y su aplicación en nuestros contenidos de programación.
  - b. Promover que los integrantes del GRUPORPP asuman como suyo el presente documento, mediante el ejercicio de la reflexión en torno de los mandatos establecidos.

### Comunicación de situaciones irregulares

1. A fin de preservar la integridad del GRUPORPP, se espera que sus integrantes aporten a la implementación del presente documento comunicando de buena fe, de una manera oportuna y sustentada, las acciones o conductas que consideren contrarias a los mandatos establecidos y al marco legal vigente, aunque no estuviesen dentro de su ámbito de responsabilidad.
2. Quien hubiese observado acciones o conductas contrarias a los mandatos señalados en el presente documento en algún integrante del GRUPORPP, podrá comunicar el hecho ya sea al jefe inmediato de dicho integrante, al gerente del área correspondiente, al Gerente de Gestión y Desarrollo Humano o al Defensor del COMPROMISO del GRUPORPP.

---

4 El Defensor del COMPROMISO del GRUPORPP se encuentra en disposición de atender a quienes lo requieran, de manera personal o a través del correo electrónico: [eldefensor@gruporpp.com.pe](mailto:eldefensor@gruporpp.com.pe)

5 instancia de evaluación y decisión de casos críticos no resueltos en instancias previas, conformado por miembros del Comité Directivo y el Defensor del Compromiso.



“Cualquier consulta relacionada con el presente documento será absuelta por el jefe inmediato superior de quien efectuó la consulta o por el Defensor del COMPROMISO del GRUPORPP”

3. Quien reciba la información, la evaluará y canalizará hacia la jefatura inmediata superior de la persona observada, para su respectiva atención y resolución, y dará a conocer el caso al Defensor del COMPROMISO del GRUPORPP para el seguimiento correspondiente. El proceso podrá derivar en una investigación formal que, dependiendo de los resultados, determinará las acciones a tomar.
4. Cualquier decisión que pudiese resultar de las investigaciones correspondientes a una acción o conducta contraria a los mandatos señalados en el presente documento, será tomada con estricto cumplimiento de la legislación vigente.
5. Todas las personas involucradas en el proceso de comunicación de una acción o conducta contraria a los mandatos señalados en el presente documento, y en el respectivo proceso de investigación, garantizarán las debidas reservas acerca de la identidad de la persona que comunique tal situación, de la acción o conducta comunicada y de su respectiva resolución.
6. Queda prohibido cualquier acto de represalia contra quien - de buena fe- comunique acciones o conductas contrarias a los mandatos establecidos en el presente documento.



#### CONSULTAS

Cualquier consulta relacionada con la interpretación del contenido del presente documento o con la manera de resolver situaciones no señaladas de manera específica, será absuelta por el jefe inmediato superior de quien efectúe la consulta o por el Defensor del COMPROMISO del GRUPORPP. Ellos tendrán como soporte a las gerencias del GRUPORPP en general y a las Gerencias de Asuntos Corporativos, Responsabilidad Social y Gestión y Desarrollo Humano, en particular.

[eldefensor@gruporpp.com.pe](mailto:eldefensor@gruporpp.com.pe)

The logo features a dark navy blue circle on the left side of the page. To its right, a series of concentric, semi-circular bands curve across the page. The top half of these bands is orange, and the bottom half is light gray, creating a sense of depth and movement. The word "ANEXOS" is written in a bold, white, sans-serif font, centered within the dark circle.

**ANEXOS**

## ANEXOS

1. Constitución Política del Perú
2. Declaración Universal de los Derechos Humanos
3. Convención Americana sobre Derechos Humanos
4. Los 10 Principios del Pacto Mundial
5. Ley de Radio y Televisión del Perú
6. Otras referencias
  - a. Código de Ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión del Perú.
  - b. Pacto de Autorregulación de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión del Perú.
  - c. Código de Ética Publicitaria del Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria del Perú.
  - d. Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.

## **Anexo 1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ**

### **Artículo 2° Toda persona tiene derecho**

3. A la libertad de conciencia y de religión, en forma individual o asociada. No hay persecución por razón de ideas o creencias. No hay delito de opinión. El ejercicio público de todas las confesiones es libre, siempre que no ofenda la moral ni altere el orden público.
4. A las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento algunos, bajo las responsabilidades de ley.

Los delitos cometidos por medio del libro, la prensa y demás medios de comunicación social se tipifican en el Código Penal y se juzgan en el fuero común.

Es delito toda acción que suspende o clausura algún órgano de expresión o le impide circular libremente. Los derechos de informar y opinar comprenden los de fundar medios de comunicación.

7. Al honor y a la buena reputación, a la intimidad personal y familiar así como a la voz y a la imagen propias.

Toda persona afectada por afirmaciones inexactas, o agraviada en cualquier medio de comunicación social, tiene derecho a que este se rectifique en forma gratuita, inmediata y proporcional, sin perjuicio de las responsabilidades de ley.

8. A la libertad de creación intelectual, artística, técnica y científica, así como a la propiedad sobre dichas creaciones y a su producto. El Estado propicia el acceso a la cultura y fomenta su desarrollo y difusión.

19. A su identidad étnica y cultural. El Estado reconoce y protege la pluralidad étnica y cultural de la Nación.

Todo peruano tiene derecho a usar su propio idioma ante cualquier autoridad mediante un intérprete. Los extranjeros tienen este mismo derecho cuando son citados por cualquier autoridad.

## **CAPÍTULO II DE LOS DERECHOS DE LOS SOCIALES Y ECONÓMICOS**

### **Artículo 14.**

La educación promueve el conocimiento, el aprendizaje y la práctica de las humanidades, la ciencia, la técnica, las artes, la educación física y el deporte. Prepara para la vida y el trabajo y fomenta la solidaridad.

Es deber del Estado promover el desarrollo científico y tecnológico del país.

La formación ética y cívica y la enseñanza de la Constitución y de los derechos humanos son obligatorias en todo el proceso educativo civil o militar. La educación religiosa se imparte con respeto a la libertad de las conciencias.

La enseñanza se imparte, en todos sus niveles, con sujeción a los principios constitucionales y a los fines de la correspondiente institución educativa.

Los medios de comunicación social deben colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural.

## **CAPÍTULO III DE LOS DERECHOS DE LOS POLÍTICOS Y DE LOS DEBERES**

### **Artículo 38°.**

Todos los peruanos tienen el deber de honrar al Perú y de proteger los intereses nacionales, así como de respetar, cumplir y defender la Constitución y el ordenamiento jurídico de la Nación.

**TITULO III**  
**DEL RÉGIMEN ECONÓMICO**  
**CAPITULO I**  
**PRINCIPIOS GENERALES**

**Artículo 58°** : La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura.

**Artículo 59°** . El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad públicas. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

**Artículo 60°** : El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa.

Sólo autorizado por ley expresa, el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional.

La actividad empresarial, pública o no pública, recibe el mismotratamiento legal.

**Artículo 61°** : El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la límite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios.

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social; y, en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente, por parte del Estado ni de particulares.

**Anexo 2**  
**DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS**  
[http:// www. un.org/es/documents/udhr/index.shtml#a15](http://www.un.org/es/documents/udhr/index.shtml#a15)

**Artículo 19.**

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y de recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

**Anexo 3**  
**CONVENCIÓN AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS**

**Artículo 13.**

**Libertad de pensamiento y de expresión.**

- (1) Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideraciones de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
- (2) El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura, sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:
  - (a) El respeto a los derechos o la reputación de los demás o
  - (b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.
- (3) No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.
- (4) Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituya incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión u origen nacional.

## Anexo 4 LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

Los diez principios del Pacto Mundial están basados en declaraciones y convenciones universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.

### **Derechos Humanos**

- Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.
- Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos.

### **Estándares Laborales**

- Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo u ocupación.

### **Medio Ambiente**

- Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Principio 8: Las empresas deben fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

### **Anticorrupción**

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

**Anexo 5**  
**LEY No 28278**  
**LEY DE RADIO Y TELEVISION**  
**(Extracto)**

**TÍTULO PRELIMINAR**

Artículo II.- Principios para la prestación de los servicios de radiodifusión

La prestación de los servicios de radiodifusión se rige por los siguientes principios:

- a) La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad.
- b) La libertad de expresión, de pensamiento y de opinión.
- c) El respeto al pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural.
- d) La defensa del orden jurídico democrático, de los derechos humanos fundamentales y de las libertades consagradas en los tratados internacionales y en la Constitución Política.
- e) La libertad de información veraz e imparcial.
- f) El fomento de la educación, cultura y moral de la Nación.
- g) La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar.
- h) La promoción de los valores y la identidad nacional.
- i) La responsabilidad social de los medios de comunicación.
- j) El respeto al Código de Normas Éticas.
- k) El respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar.
- l) El respeto al derecho de rectificación.

Artículo IV.- Respeto irrestricto a las libertades de Información, opinión, expresión

De acuerdo con lo establecido en el artículo 137°, inciso 1, de la Constitución Política del Perú, en todo momento, incluso durante el estado de emergencia, mantienen plena vigencia el derecho a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento ejercidos a través de los servicios de radiodifusión autorizados de acuerdo a ley, sin ninguna forma de censura, bajo responsabilidad.

**LIBRO PRIMERO**  
**DISPOSICIONES BÁSICAS**  
**SECCIÓN ÚNICA**  
**DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 3°.- Definición de los servicios de radiodifusión**

Los servicios de radiodifusión son servicios privados de interés público, prestados por una persona natural o jurídica, privada o pública, cuyas emisiones se destinan a ser recibidas directamente por el público en general.

**Artículo 4°.- Fines del Servicio de Radiodifusión**

Los servicios de radiodifusión tienen por finalidad satisfacer las necesidades de las personas en el campo de la información, el conocimiento, la cultura, la educación y el entretenimiento, en un marco de respeto de los deberes y derechos fundamentales, así como de promoción de los valores humanos y de la identidad nacional.

**Artículo 6°.- De la colaboración en emergencias y régimen de excepción**

Los titulares de autorizaciones de servicios de radiodifusión apoyan la difusión de campañas en caso de emergencias y desastres naturales.

En el régimen de excepción declarado conforme con el artículo 137° de la Constitución Política del Perú, los titulares de autorización para la prestación de servicios de radiodifusión colaboran con las autoridades, a fin de proteger la vida humana, mantener el orden público y garantizar la seguridad de los recursos naturales y de los bienes públicos y privados.

## SECCIÓN SEGUNDA LA PROGRAMACIÓN DE LOS SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN

### TÍTULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES

#### **Artículo 33°.- Principios y Valores**

Los servicios de radiodifusión, sonora y de televisión deben contribuir a proteger o respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la presente Ley.

#### **Artículo 34°.- Código de Ética**

El contenido de los códigos de ética se basa en los principios y lineamientos que promueve la presente Ley, así como en los tratados en materia de Derechos Humanos. Los titulares de servicios de radio y televisión, deben regir sus actividades conforme a los códigos de ética que deben establecer en forma asociada y excepcionalmente en forma individual. En el Código de Ética se incluirán disposiciones relativas al horario familiar, mecanismos concretos de autorregulación y la regulación de la cláusula de conciencia. Los titulares del servicio de radiodifusión o quienes ellos deleguen, atienden y resuelven las quejas y comunicaciones que envíe el público, en relación con la aplicación de su Código de Ética, así como en ejercicio del derecho de rectificación establecido en la Ley N° 26847.

#### **Artículo 36°.- Distinción de contenidos**

Los titulares de servicios de radiodifusión deben adoptar las medidas necesarias para dar al público la posibilidad de conocer si las opiniones vertidas provienen del titular del servicio, de los responsables de un determinado programa, o de terceros, sin perjuicio del secreto profesional.

#### **Artículo 37°.- Puntualidad**

Los servicios de radiodifusión deben transmitir sus programas en el día y hora anunciados e informar oportunamente al público en caso de alteración o cambio en la programación, explicando los inconvenientes que se presenten eventualmente para cumplir con la programación. La interrupción momentánea de la transmisión y la interrupción por razones técnicas, hechos fortuitos, de interés nacional u otros semejantes, deben guardar relación con lo que su nombre indica y solucionarse en el plazo que corresponde a la naturaleza de la causa. No es causal de sanción.

#### **Artículo 38°.- Personas con discapacidad**

Los programas informativos, educativos y culturales de producción nacional, transmitidos por el Instituto de Radio y Televisión del Perú, incorporan medios de comunicación visual adicional en los que se utiliza lenguaje de señas o manual y textos, para la comunicación y lectura de personas con discapacidad por deficiencia auditiva. Los programas informativos, educativos y culturales de producción nacional, transmitidos mediante radiodifusión por televisión, incorporan optativa y progresivamente, el uso de medios visuales adicionales.

#### **Artículo 39°.- Responsabilidad legal y fuero común**

La responsabilidad legal por violaciones a la dignidad, el honor, la intimidad, la imagen y la voz de las personas y en general a los derechos reconocidos legalmente a las personas e instituciones, se rigen por las disposiciones establecidas en el Código Civil y el Código Penal y las leyes especiales vigentes sobre la materia. Las responsabilidades que se deriven de estas violaciones se juzgan en el fuero común, siendo incompetente cualquier jurisdicción distinta, sin excepción alguna.

## **TÍTULO SEGUNDO: HORARIO FAMILIAR**

### **Artículo 40°.- Horario familiar**

La programación que se transmita en el horario familiar debe evitar los contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes. Este horario es el comprendido entre las 06:00 y 22:00 horas.

### **Artículo 41°.- Clasificación de los programas**

Los titulares de los servicios de radiodifusión son los responsables de clasificar la programación, la publicidad comercial así como decidir sobre su difusión, teniendo en cuenta las franjas horarias establecidas.

### **Artículo 42°.- Advertencia de los programas**

Los programas que se difundan por televisión fuera del Horario de Protección al Menor, deben incluir una advertencia previa, escrita y verbal, con la clasificación asignada libremente por el titular del servicio, como apto para mayores de catorce (14) años con orientación de adultos, o apto solo para adultos.

### **Artículo 43°.- Prohibición de pornografía**

Los servicios de radiodifusión no pueden difundir programas con contenido pornográfico o que promuevan el comercio sexual.

### **Artículo 44°.- Obras cinematográficas**

El titular del servicio de televisión velará que las obras cinematográficas y los avances de éstas, solo se difundan en televisión en horarios adecuados a la calificación por edades que dichas obras cinematográficas tuvieron o debieron tener al exhibirse en los cines del país, o de acuerdo a los ajustes que le formulen.

El público debe ser advertido de las adecuaciones realizadas a las obras cinematográficas.

## **TÍTULO TERCERO INFORMACIÓN Y PROPAGANDA POLÍTICA**

### **Artículo 46°.- Igualdad de oportunidades en la propaganda política**

Los servicios de radiodifusión deben ofrecer permanentemente la posibilidad de contratar espacios políticos. La contratación de dichos espacios debe hacerse en igualdad de condiciones con todos los interesados. Las tarifas que se apliquen para este efecto no pueden ser superiores a las tarifas promedio efectivamente cobradas por el respectivo servicio de radiodifusión para la difusión de mensajes publicitarios comerciales.

## **Anexo 6**

### **OTRAS REFERENCIAS**

- **Código de Ética. Sociedad Nacional de Radio y Televisión, Perú.**  
<http://www.snrtv.org.pe/codigo.php>
- **Pacto de Autorregulación de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión, Perú.**  
<http://www.snrtv.org.pe/codigo.php>
- **Código de Ética Publicitaria.**  
**Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria del Perú.**  
[http://www.conarperu.org/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=16&Itemid=34](http://www.conarperu.org/web/index.php?option=com_content&view=article&id=16&Itemid=34)
- **Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
<http://www.consejoprensaperuana.org.pe/tempo/consejo.php?item1=Mw==>



Lima, Agosto 2011







