

POLÍTICA CULTURAL DE PETRÓLEOS DEL PERÚ - PETROPERÚ S.A.

Petróleos del Perú - PETROPERÚ S.A. es una empresa propiedad del Estado Peruano, de derecho privado, cuya función es desarrollar actividades de hidrocarburos, de acuerdo a las leyes, reglamentos y códigos de buen gobierno, vigentes; así como, en base a su Estatuto Social, la Ley N° 28840 de Fortalecimiento y modernización de Petróleos del Perú-PETROPERÚ S.A., y afianzamiento del ideario institucional dispuesto en su Plan Estratégico 2011-2025.

PETROPERÚ S.A. reafirma que la cultura es uno de los factores más importantes para que el Perú alcance un desarrollo pleno y sostenible, e igualdad de oportunidades para todos sus ciudadanos. Asimismo, reconoce la responsabilidad social que le toca, tanto en relación con sus trabajadores como con la comunidad, y declara que la cultura es una prioridad para PETROPERÚ S.A. y de igual importancia que cualquiera de sus actividades, en todas sus Operaciones.

En este sentido, PETROPERÚ S.A. se plantea el objetivo institucional de continuar propiciando el fomento y la difusión de la cultura en el país a través de la creación y el funcionamiento sostenido de un trabajo especializado en Gestión Cultural que profile a la Empresa como una compañía moderna, no sólo en el ámbito del crecimiento económico, sino también como entidad que extiende su participación al campo del progreso sociocultural del Perú.

La Política Cultural de PETROPERÚ S.A. se cumple teniendo en cuenta el marco legal vigente y las disposiciones internas de Petróleos del Perú - PETROPERÚ S.A. Para ello desarrollará su gestión basada en los siguientes enunciados:

1. PETROPERÚ S.A. aborda la cultura a partir de dos definiciones complementarias. Por un lado, la cultura hace referencia a las rutinas institucionalizadas que surgen en el medio de la interacción social, es decir, a las formas de vida en sociedad. Por otro, la cultura se refiere a un conjunto de objetos que han adquirido un valor especial dentro de la vida social, es decir, objetos artísticos.
2. La empresa sostiene que su Política Cultural debe proponerse intervenir desde ambas definiciones. Es decir, debe intentar cambiar el estilo de vida de las personas al visibilizar las principales problemáticas que nos aquejan como sociedad e incentivar la información y reflexión en torno a ellas, así como debe promover una mayor circulación de los objetos culturales. De esta manera PETROPERÚ S.A. contribuirá a generar nuevos sentidos de comunidad y democratizar el acceso a la producción cultural existente.

3. La Política Cultural de la Empresa se construye a partir de la siguiente misión y visión:

Misión: Promover y facilitar la promoción de la cultura y de las artes en todas sus manifestaciones y el debate académico en general en el país, al entender su responsabilidad de acción como una indispensable herramienta en la construcción de una sociedad más solidaria, inclusiva, integrada y autocrítica.

Visión: Ser un actor central en la promoción de la cultura en el Perú y ser considerada como una “empresa identificada con la cultura” por excelencia del país, debido al permanente programa de actividades artísticas y académicas, y al permanente apoyo a los movimientos culturales.

4. Así, PETROPERÚ S.A. busca posicionarse ante el Estado Peruano y ante la ciudadanía como:
 - a) Una empresa que retoma el protagonismo —honesto y eficiente— de la gestión pública en el país.
 - b) Una empresa responsable en el manejo de recursos naturales y consciente de su rol como actor principal de hidrocarburos en el país.
 - c) Una empresa reconocida por su permanente promoción de la cultura.
5. Las acciones de la gestión cultural de la Empresa a nivel corporativo estarán regidas por tres estrategias de trabajo:

Promover la producción cultural:

PETROPERÚ S.A. se presenta como una empresa que concibe y gestiona sus propios proyectos culturales, así como facilita la realización de distintas iniciativas culturales provenientes de la sociedad civil u otras instituciones y organizaciones culturales.

Promover el acceso a la cultura:

PETROPERÚ S.A. tiene la responsabilidad de generar mayores y mejores condiciones para el acceso a servicios culturales, especialmente en sus zonas de influencia, y con especial interés en las comunidades campesinas y nativas.

Promover la ciudadanía intercultural:

El enfoque intercultural de la Política Cultural de PETROPERÚ S.A. promueve la diversidad existente e interviene en las maneras en cómo esa diversidad es

comprendida y vivida dentro de la sociedad en la que se encuentra. La gestión cultural de PETROPERÚ S.A. busca convocar y difundir la diversidad cultural del país y contribuir en la construcción de una sociedad más inclusiva y equitativa.

6. La Política Cultural de PETROPERÚ S.A. tiene carácter corporativo, pero se ejecuta por medio de actividades descentralizadas acordes a las particularidades de la Oficina Principal y de cada Operación, por medio de la Gerencia Departamento Relaciones Corporativas y de las dependencias encargadas, respectivamente.
7. Las actividades culturales que realiza PETROPERÚ S.A. responden a una programación anual que se aprueba con la oportunidad necesaria para que puedan ser incluidas en los respectivos presupuestos operativos.
8. La Gerencia Departamento Relaciones Corporativas coordina, asesora y supervisa el programa y las actividades culturales de las Operaciones.
9. Las Gerencias de PETROPERÚ S.A. asumen la tarea de lograr que el personal de los diferentes niveles de sus organizaciones haga suya la filosofía de imagen institucional, responsabilidad social y proyección a la comunidad que inspira esta Política Cultural, promoviéndola y apoyándola, y procurando los medios necesarios para su permanente desarrollo.
10. Todas las acciones culturales que promueve y apoya PETROPERÚ S.A., tanto en la Oficina Principal como en las Operaciones, se sujetan a las consideraciones siguientes:
 - Toma únicamente en cuenta proyectos que respondan a los criterios de excelencia característicos de PETROPERÚ S.A.
 - Privilegia las actividades que generen la mayor difusión y la mejor relación costo-beneficio posible.
 - Procura que los convenios y auspicios se den bajo la modalidad de canje publicitario.
 - Prioriza los convenios con instituciones sin fines de lucro.
 - Incluye necesariamente el logotipo de PETROPERÚ S.A. en todas las referencias escritas de los eventos culturales que promueve o apoya, bajo cualquier modalidad.
 - En las iniciativas culturales promovidas o apoyadas en las Operaciones de la Empresa debe constar, al lado del logotipo de PETROPERÚ S.A., el nombre de éstas.

La Empresa.