

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Cumplimiento del Pacto Global
Naciones Unidas | 2010-2011



medcom.

¿QUIÉNES SOMOS?

La Corporación Medcom es un grupo multimédios que aglutina a los principales canales de televisión abierta (Telemetro, RPCTV, Mall TV / Tele 7), televisión por cable (Cable Onda Sports, ECO TV), estaciones de radio (RPC Radio y Caliente 97.1) y portales web (telemetro.com; rpctv.com).

Contamos con una plantilla de 613 colaboradores fijos distribuidos en la planta central y en las torres de transmisión localizadas en varias regiones montañosas del interior del país.

medcom.



MISIÓN

Satisfacer las necesidades de entretenimiento e información de nuestros consumidores, con productos y servicios de calidad que generan utilidades a los accionistas, beneficios a los colaboradores y bienestar a la comunidad.

VALORES

Respeto

Integridad

Pasión

Creatividad

**Trabajo
en equipo**

Compromiso Social

VISIÓN

Ser los líderes en la industria del entretenimiento y la información multimedios, modelo de éxito regional, comprometidos con el engrandecimiento de Panamá, con un equipo de colaboradores altamente motivados y apasionados por entregar el mejor producto para nuestros mercados.



COMPROMISO SOCIAL 2011-2012

Asumimos el compromiso activo con el desarrollo y el porvenir de los niños, niñas y adolescentes, en fomentar la promoción y garantía de sus derechos.

PRINCIPIOS GUÍA

Ser un actor social integrado a la comunidad.

Ser competitivos y sustentables

Sostenible

Movilizar al conjunto de los actores sociales (inclusive al empresariado) en el desarrollo de la calidad de vida de la sociedad.

Comprometerse, cumplir y evaluar.

Integrar la RSE al negocio de la empresa mediante estrategias y prácticas de innovación.

Buscar la satisfacción de las necesidades del conjunto de beneficiarios (empresa, empleados, sociedad, sector público y organizaciones.)

Ser un referente y ejemplo en la región.



ESTRATEGIA DE RSE

Objetivo

Brindar a la teleaudiencia nuevos contenidos y acciones que inspiren en la comunidad la reflexión, el compromiso y la participación para contribuir al logro de una mejor sociedad y medio ambiente.

Nombre

SUMÁNDONOS

Rol

INSPIRAR

Concepto General

INFORMAR, ENTRETENER, INSPIRAR

Tema a desarrollar

La Infancia Panameña.

(De acuerdo a la Convención Internacional de los Derechos del Niño, incluye desde los 0 hasta los 18 años).

DECLARACIÓN DE APOYO AL PACTO GLOBAL

El compromiso de Corporación Medcom con el Pacto Global de la ONU sigue teniendo la misma vigencia y fuerza que en el año 2002, cuando nos adherimos a sus principios guía.

El período aquí reportado se vio marcado por una nueva revisión de la estrategia y conceptos de adhesión, así como de la definición de un Compromiso con la Infancia con el cual Corporación Medcom ha llevado más allá su interés en promover el bienestar de los grupos más vulnerables.

Si bien es cierto que desde la plataforma de los medios de comunicación masiva se retrata diariamente la cruda realidad social, a través de sus espacios informativos principalmente, resulta también cierto y relevante que nuestros medios han logrado pasar del “retrato” a la “acción constructiva”.

Nuestro Compromiso con la Infancia, presentado en la página 3, origina una serie de acciones contundentes en nuestros medios, pero también en nuestra forma de gestionar el negocio. Las pantallas de televisión, estaciones de radio y portales de internet son tan fuertes y relevantes como nuestros colaboradores o el medio ambiente pues gestionando todo de forma compenetrada y complementaria, se logra desarrollar una empresa realmente responsable en todas sus áreas de acción.

Este período de retos, logros y aprendizaje abre a su vez un nuevo ciclo de mayores oportunidades para seguir reforzando el apoyo de Corporación Medcom al Pacto Global y sus Principios.

Nicolás González Revilla P.
Director General
Corporación Medcom Panamá, S.A.



medcom.

Esfera de Derechos Humanos



PRINCIPIO N° 1

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos

PRINCIPIO N° 2

No actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos

El compromiso social de Corporación Medcom, anteriormente enunciado, hace énfasis no sólo en la infancia sino en la promoción de sus derechos.

Ante ello, desarrollamos nuestra estrategia, tanto a nivel interno (colaboradores y grupos de interés directos) como a lo externo (audiencias de nuestros medios masivos).

MARCO INTERNO

Para los más de 600 colaboradores de Corporación Medcom, se trabajan planes internos alineados con los Principios del Pacto Global y que emanan de la Gerencia de Gestión Humana.

Además, esas acciones están también enfiladas al cumplimiento de la Misión, Visión, Valores y Metas Estratégicas de la organización. Todos serán ampliados en el capítulo correspondiente a DERECHOS LABORALES donde incluimos todos los proyectos relacionados con el personal.

MARCO EXTERNO

El marco externo presenta la proyección hacia la sociedad en su conjunto buscando que nuestros contenidos impacten positivamente y sean portadores de mensajes que promuevan los derechos de la niñez y garanticen más y mejores oportunidades.

Con este propósito trabajamos bajo una pirámide de acción con cinco pilares bajo los cuales se desarrollan tanto actividades como contenido televisivo y/o radial.



Estos Pilares, están fundamentados en la Declaración de los Derechos del Niño, entendiendo que su propósito principal es lograr, bajo condiciones de igualdad y libertad, el interés superior de niños y niñas.



EDUCACIÓN

Artículo 7: El niño tiene derecho a recibir educación que será gratuita y obligatoria por lo menos en las etapas elementales.



TREMENDA NOTA

Hace 16 años Tremenda Nota recibe libros y útiles escolares que posteriormente son repartidos en escuelas ubicadas en poblaciones de pocos recursos.

Para maximizar los impactos de esta colecta, se creó la sinergia con el Club Activo 20-30 que realizaba a su vez, la Librotón 20-30 con los mismos objetivos.

Fruto de esta alianza las colectas se han incrementado considerablemente incluyéndose desde el último año, el refuerzo a bibliotecas y la creación de rincones de lectura.

	Libros	Cuadernos	Útiles escolares	Escuelas Beneficiadas	Estudiantes Beneficiados
2011	165,000	2,035	9,200	135 52 Bibliotecas 83 escuelas	12,600
2010	54,326	957	1,261	103	12,600
2009	30,872	1,270	2,263	84	8000
2008	23,604	8,056	76,816	84	8000

SALUD

Artículo 4: El niño debe gozar de los beneficios de la seguridad social. Tendrá derecho a crecer y desarrollarse en buena salud; con este fin deberán proporcionarse, tanto a él como a su madre, cuidados especiales, incluso atención prenatal y postnatal.



LOS NIÑOS PRIMERO

Es un proyecto de desarrollo comunitario que permite visibilizar los problemas de desnutrición que atraviesan los grupos más vulnerables del país (niños indígenas), alerta a la ciudadanía sobre su responsabilidad para tratar de minimizar el problema, crea conciencia en los padres y cuidadores de niños sobre la importancia de la apropiada nutrición y estimulación de bebés e infantes.

En el año 2011 se transmitieron un total de XXXX piezas promocionales, XX reportajes en el Noticiero Estelar, XX pases en directo con apoyo de donaciones e invitaciones a colaborar.

Este proyecto es una alianza con dos importantes clientes, Petróleos Delta y Super 99, y se realiza a beneficio de Nutrehogar, ONG que dirige más de 150 instalaciones en todo el país.

La meta del año 2011 fue construir un Centro Comunitario de Atención a Primera Infancia en la Comarca indígena Ngäbe Buglé, comunidad de Lajero Abajo, que beneficiará a 60 preescolares que recibirán alimentación, atención en salud, estimulación y empoderamiento familiar.

	Total Anual Recaudado	Instalación Construida
	2011 B/. 350,173.60	CEPI Lajero Abajo
	2010 B/. 397,120.18	CN Los Guarumos
	2009 B/. 391,638.62	Sostenimiento y Mantenimiento de los anteriores
	2008 B/. 242,615.23	Sub Centro Suiche Comarca Ngobe - Bugle
	2007 B/. 286,202.03	Sub Centro Ortiga Comarca Ngobe - Bugle

Instalaciones (Los Niños Primero)

1996	CCN Los Valles de Cañazas (Veraguas)
1997	CCN El Copé de Olá (Coclé)
1998	CCN Quebrada Guabo (Comarca Gnäbe Buglé)
1999	CCN Las Pipas de los Pozos (Herrera)
2000	CCN Ballestilla (Colón)
2002	CCN Chiriquí Viejo, Divalá (Chiriquí)
2003	CCN Buenos Aires, Dtto. de Ñurum (Comarca Gnäbe Buglé)
2004	SCCN Tolote (Comarca Gnäbe Buglé)
2005	SCCN Orema (Comarca Gnäbe Buglé)
2006	SCCN Huacas (Coclé)
2007	SCCN Cerro Ortiga (Comarca Gnäbe Buglé)
2008	SCCN Suiche (Comarca Gnäbe Buglé)
2010	SCCN Los Guarumos, Distrito de Cañazas (Veraguas)
2011	SCCN Lajero Abajo (Comarca Gnäbe Buglé)

El proyecto Los Niños Primero ha logrado la construcción de **15 instalaciones (8 Centros Comunitarios Nutricionales –CCN–, 7 Sub Centros Comunitarios Nutricionales –SCCN–)** de los cuales **14 se mantienen operando a plena capacidad**. Uno fue suspendido por inconvenientes en la comunidad seleccionada.

De acuerdo al total de niños y familias atendidos diariamente, se estima que cada CCN y SCCN recibe a unas 300 personas, para un total de **4200 beneficiarios**.





CINTA ROSA Y AZUL

Aunque el objetivo de nuestra estrategia de Responsabilidad Social es la infancia, nuestra principal audiencia son las mujeres. Además, somos conscientes del rol fundamental que la mujer juega en el bienestar de la familia y los hijos, principalmente en una sociedad donde abunda la familia monoparental.

Es por ello que hacemos especial énfasis en las campañas de prevención del cáncer de mama toda vez que las estadísticas nacionales lo colocan como primera causa de muerte en Panamá y el Instituto Oncológico Nacional reportó 524 nuevos casos en el 2011.

Con miras a generar conciencia, en el año 2010 y 2011 se realizaron campañas de divulgación orientadas a promover tanto el auto examen de mamas como la mamografía de control. Se lanzaron **4 piezas** distintas en los canales Telemetro y Mall TV (solo en este canal salieron al aire, cuñas de 25 segundos, **100 veces en un período de 10 días**).



PINCELADAS DE AMOR

Con el mismo propósito de generar conciencia en padres y madres para realizar anualmente sus exámenes de prevención de cáncer de mama y próstata se realizó la actividad que llama a pintar una gran cinta rosa en señal de solidaridad con pacientes de cáncer. Por primera vez, en el 2011, se realizó una **transmisión en directo** en MALL TV, con especialistas (oncólogos de varias subespecialidades –ginecología, urología, cirujanos-, nutricionistas, psicólogos, pacientes de cáncer, ONG's y voluntarios relacionados con el tema). Durante **dos horas** se exploraron temas alrededor del cáncer aclarando las preguntas de la audiencia.



DEPORTE Y PROTECCIÓN

Artículo 4: El niño tendrá derecho a disfrutar de alimentación, vivienda, recreo y servicios médicos adecuados.

Artículo 7: El niño debe disfrutar plenamente de juegos y recreaciones, los cuales deben estar orientados hacia los fines perseguidos por la educación.

Artículo 10: El niño debe ser protegido contra las prácticas que puedan fomentar la discriminación racial, religiosa, o de cualquiera otra índole.

Debe ser educado en un espíritu de comprensión, tolerancia, amistad entre los pueblos, paz y fraternidad universal, y con plena conciencia de que debe consagrar sus energías y aptitudes al servicio de sus semejantes.



MUNDIAL DEL BARRIO

Una liga interbarrial que fue creciendo en sus 6 primeros años, pasó a ser la COPA UNICEF (2007-2009) para en el año 2010 convertirse en el MUNDIAL DEL BARRIO, por el compromiso de Corporación Medcom y UNICEF de convertirla en un proyecto televisado.

De esta forma, se invitó a importantes patrocinadores a colaborar con el financiamiento y el proyecto ha crecido multiplicando la cantidad de niños participantes e incorporando nuevos componentes como charlas de valores para los niños y para los entrenadores de los equipos y participación de madres y padres de familia.

	Niños participantes / Niños Becados	Sedes	Charlas de Valores	Número de Televidentes
2009 (UNICEF)	1500	6 (6 barrios de la capital)	Sin Data Disponible	*
2010 (Mundial)	4500 / 3000	11 (6 barrios de la capital y las provincias de Colón, Chiriquí y Herrera)	312 horas de capacitación (en charlas de 15 minutos antes de cada partido)	654,876
2011 (Mundial)	5070 / 3000	11 (6 barrios de la capital y las provincias de Colón, Chiriquí y Herrera)	576 horas de capacitación (en charlas de 15 minutos antes de cada partido)	**

* Acuerdo de transmisiones con Medcom comenzó en 2010.

** Sin información de niveles de audiencia por suspensión nacional del servicio de medición de IBOPE.



El Mundial del Barrio vincula el fútbol con la enseñanza y práctica de valores a través de la capacitación de los directores de equipo y de los niños, en temas como liderazgo, autoestima, derechos de los niños I, II y III, valores y familia, drogas y violencia, comunicación y trabajo en equipo además, fruto de una alianza con el Instituto para la Formación del Recurso Humano (IFARHU) **3000 niños reciben becas para la educación primaria.**

FÚTBOL JUVENIL

Para incentivar la práctica de deportes entre los jóvenes, se transmitieron en vivo: el campeonato de Fútbol Sub 15, la Copa Coca Cola Sub 16 y la final del Fútbol Femenino. El objetivo es dar protagonismo a los jugadores más jóvenes y a las mujeres.

BIOGRAFÍA

En una transmisión especial se realizó el programa “**Rubén Tejada... de Veraguas a Nueva York**” donde se destacó la figura de este beisbolista de los Mets de Nueva York. El contenido ligó los éxitos de esta estrella del beisbol de las Grandes Ligas con los valores que guían su vida y sus ejecutorias personales y deportivas.



Este es el compendio de casos, montos de la ayuda y solución.

Caso	Tipo de Apoyo
Árbitro de beisbol retirado al perder una pierna en accidente / Erau Carringtons	Prótesis, terapias, adecuaciones en su casa, implementos para escuela de beisbol \$35,000
Joven futbolista retirado por aparición de cataratas / Fidel Caesar	Cirugía de cataratas, mejoras en su casa \$28,000
Mal estado de las instalaciones/ Complejo Deportivo Santa Clara	Reparaciones, remodelación y compra de implementos deportivos \$18,000
Atleta invidente, campeón nacional y centroamericano y artista / Edilberto Alveo	Entrega de implementos deportivos y musicales \$12,000
Recolector de basuray boxeador aficionado / Walter Tello	Implementos deportivos, adecuaciones en su casa \$8,000
Escuela de Beisbol Lobos y Coclé	Implementos deportivos, adecuaciones en su casa \$6,000
Complejo Deportivo Villa Lucre	Remodelación, limpieza, pintura \$18,000
Colón	Entrega de implementos deportivos y de boxeo \$4,000
Jugadora de la selección femenina de Futbol / Marta Cox	Pago de su colegiatura, computadora e implementos escolares, pago de su vivienda por un año \$10,000
Otros casos	Ayuda a deportista jubilado / fiesta de navidad Hogar Buen Vivir / ayudas para casos médicos y de seguridad \$12,000

UNA ESTRELLA EN TU CAMINO

Este programa de transmisión mensual presenta el caso de un deportista, o persona cercana al ámbito deportivo, que haya atravesado por alguna tragedia personal que lo mantenga alejado de esa disciplina. A través de actividades y llamados se logra la solución de estos casos pero sobretodo exaltar los valores positivos del protagonista que es seleccionado precisamente por sus méritos personales y deportivos.



INSPIRÁTE EN EL FUTBOL

Se realizó un cintillo con mensajes positivos que se transmiten durante los juegos y campeonatos más importantes de fútbol.

Con el mensaje “Inspírate en el Futbol” una niña y un niño futbolistas recomiendan practicar deportes, el trabajo en equipo, respetar las reglas y otros valores.

ECOLOGÍA

Artículo 2: El niño gozará de una protección especial y dispondrá de oportunidades y servicios, dispensado todo ello por la ley y por otros medios, para que pueda desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente en forma saludable y normal, así como en condiciones de libertad y dignidad.



CONTENIDO VERDE

Entendemos que el apropiado desarrollo de los niños y niñas debe ocurrir en un ambiente sano y adecuado, que además pueda ser disfrutado por las generaciones futuras. Las acciones ejecutadas bajo este pilar buscan crear conciencia entre la ciudadanía, pero hacen énfasis en los niños y jóvenes en edad escolar.

A través de sinergia con la Autoridad Nacional del ambiente (ANAM) y en conjunto con varias escuelas primarias y secundarias se logran acciones de mucho impacto que son detalladas en el capítulo correspondiente a los principios de AMBIENTE.

Además, en alianza con la Fundación Albatros Media (produce y distribuye contenido educativo en temas sociales, culturales y ambientales), se transmite **un programa semanal** que incluye tópicos críticos para el desarrollo sostenible de la región. Se transmite un programa semanal, de media hora de duración, para un total de **52 programas anuales**.

TV QUE TE HACE BIEN

Un año más, la propuesta televisiva lanzada por Telemetro de eliminar las novelas del horario estelar para poner en su lugar programación familiar, siguió dando resultados a beneficio de la audiencia y de promover tiempo compartido entre padres e hijos. En los casos de las franquicias internacionales, todos los formatos respetan las leyes de derecho de autor y propiedad intelectual como consta en los contratos con las casas productoras. Durante el 2011, este espacio (de 7pm a 8pm, de lunes a viernes), produjo **143 horas de contenido positivo en horario estelar**, como se aprecia en el cuadro.



TELEMETRO 2011

Llégate a las 7 pm	
Programas	Horas Transmitidas
Deal or No deal	47
Quien Quiere ser Millonario	44
La Rueda de la Fortuna	35
Apoyate en Mi	17
TOTAL	143

* Sin información de niveles de audiencia por suspensión nacional del servicio de medición de IBOPE.





Y dentro de estos espacios también se hacen aportes adicionales y se presenta contenido social y educativo, según el estilo de cada uno:

Programa	ONG	Monto recibido por ONG beneficiadas en programas especiales (en dólares US)
Deal or No Deal	Fundación Ronald McDonald's	12,000.00
¿Quién quiere ser millonario?	Casa de la Cultura de Antón	10,000.00
	Olimpiadas Especiales	8,000.00
La Rueda de la Fortuna	Patronato Amigos del Águila Harpía	1,520.00
	Hogar Bolívar (asilo de ancianos)	1,840.00

AHORA
Superamos El Reto
Más Grande: Darién
con

Jenia Neuzen



APÓYATE
EN MI

¡El programa que cambia vidas!

VIERNES 27
7 PM



APÓYATE EN MÍ

Este es un nuevo concepto televisivo que busca unir varios factores: personajes famosos de la televisión que están dispuestos a trabajar por una causa específica, identificación de organizaciones o grupos acostumbrados al trabajo conjunto para el logro de metas, identificación de un proyecto que permita **sostenibilidad para el grupo** y/o sus integrantes.

En el proyecto participan patrocinadores que involucran sus movimientos de **voluntariado corporativo** y organizan acciones de carácter social.

El formato se aleja de las habituales fórmulas de filantropía para promover mecanismos de Responsabilidad Social y sostenibilidad. Se presenta en **horario estelar** y el desarrollo de actividades relacionadas rota en la programación regular de Telemetro ofreciendo este contenido social, en **todos los horarios del día**.

Provincia / Comunidad	Organización o grupo beneficiado	Tema resaltado en contenido	Tipo de apoyo Recibido	Proyectos de Sostenibilidad
Panamá Oeste	Comunidad Playa Chiquita	Comunidad que trabaja unida y organizada buscando el beneficio colectivo.	Mejoras a la escuela, Instalación de tanque de agua (pozo), Adecuación de área deportiva, Construcción de sede comunal de reuniones	Dotación de luz eléctrica para el apropiado provecho económico
Coclé	Fundación Carmen Conte Lombardo	Inclusión de personas con discapacidad	Compra de Autobús para traslado de pacientes, equipo de rehabilitación y aires acondicionados.	Proyecto de comercialización de productos agrícolas
Colón	Fundación de Rescate a la Juventud Nacional (FRAJUN)	Prevención de violencia en niños y jóvenes.	Mejoras a instalaciones deportivas, financiamiento de equipo para proyecto autosostenible.	Desarrollo de proyecto que genere ingresos para los programas de la fundación (PANADERÍA)
Comarca Ngäbe Bugle	Cooperativa Irene Vásquez	Cooperativismo como mecanismo para luchar contra la pobreza / Mujeres cooperativistas	Entrega de máquinas de coser, materiales de costura, construcción de local, vínculo con cadena de distribución del producto en la capital del país, divulgación y promoción del producto en televisión nacional, horario estelar.	Desarrollo de infraestructura y organización de línea de comercialización de producto exclusivo (Ositos con Naguas)
Pacora	Fundación de Rescate Nutricional Santa Teresa de Jesús	Generación de sustento para mujeres cabeza de familia	Materiales para la confección de uniformes como proyecto de sostenibilidad, línea blanca y alimentos para el comedor infantil, habilitación de taller.	Estructura y planificación para comercialización de producto que genere ingresos para las madres participantes (Paquetes educativos)
Herrera	Fundación San José	Entrega al servicio de los pobres y enfermos	Infraestructura y habilitación de proyecto autosostenible, ambulancia y equipos.	Creación de proyecto que genere ingresos para sostener los programas sociales de la Fundación (Internet Café)



ESA CABELLERA BLANCA

Programa especial anual que se transmite en conmemoración del Día de las Madres. Es un recorrido por lejanos parajes del campo, las montañas y las comarcas indígenas, buscando a mujeres excepcionales, con más de 80 años de edad y que en su rol de madres, abuelas, bisabuelas y hasta como tatarabuelas han dejado un legado positivo en sus descendientes. El programa lleva **37 años** realizándose.

MAESTRO ESTRELLA

La premiación nacional al mejor maestro y la escuela más destacada (Orden Manuel José Hurtado, entregada por el Ministerio de Educación) tomó un giro diferente al llevarla a la pantalla, después de más de 50 años de existir.

El programa incluyó **reportajes especiales** en los noticieros, **cápsulas** con la historia de cada maestro y escuela nominados y concluyó el 1° de diciembre, Día del Maestro, con la transmisión de un **programa especial de dos horas de duración en el prime time**.

Los maestros recibieron sendos obsequios de parte del Ministerio de Educación (un automóvil para cada maestro, 20,000 para cada escuela). Corporación Medcom entregó al maestro ganador, Bolívar Ramos, de la escuela Simeón Conte de la provincia de Coclé, **10,000 balboas en efectivo**.



NAVIDAD CONTIGO / UN TECHO PARA MI PAÍS



La tradicional colecta anual de juguetes, Navidad Contigo, recibe miles de obsequios para niños, que son distribuidos en sectores de escasos recursos. Este año, la variante fue la alianza con la Fundación Un Techo para mi País a beneficio de la comunidad de Kuna Nega, nacida en los márgenes del vertedero de basura de la capital. Al tiempo que se recogieron juguetes que fueron entregados en ese sector se promovió la donación de fondos para que la Fundación construyera casas a familias que vivían en condiciones infrahumanas.

Además de la iniciativa social, se hizo un programa especial de televisión, de una hora de duración, sobre la labor de voluntariado y de impacto social que realiza la Fundación.



MISS UNIVERSE CONTRA EL VIH

En alianza con la organización internacional Aid for Aids y el Despacho de la Primera Dama de la República, Telemetro organizó un conversatorio con 500 jóvenes estudiantes de la capital para promover el conocimiento sobre el VIH y el SIDA como principal forma de prevención.

El evento incluyó puestos de información de diversas ONG's e instituciones de salud del Estado que orientaban a los jóvenes sobre los mitos más frecuentes. La parte central del evento fue la participación de Ximena Navarrete, Miss Universe 2010, quién como portavoz de Aid for Aids dio el mensaje central a los participantes.

CAUSA COMÚN

El primer programa televisivo exclusivamente dedicado a la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial, se transmite en Telemetro una vez al mes y se retransmite, durante un mes completo, en ECO TV (por cable).

Su contenido, de 30 minutos de duración, busca exaltar las iniciativas de RSE que se desarrollan en Panamá, orientar sobre el concepto de la RSE, presenta a los especialistas del tema así como acciones de voluntariado y ONG's, entre otros. Tiene 4 años de estar en el aire.

causa común

FRANJAS Y HORARIOS FAMILIARES

Las programaciones de Telemetro y RPC TV tienen espacios exclusivos para los más pequeños de la casa, así como horarios familiares:

Tanda Dominical: películas familiares en horario prime time (7pm)

La Casa de Eddie: franjas para niños y jóvenes los sábados de 6am a 3pm y domingos de 6am a 10am.

Mañanas de RPC TV: programación infantil de 6am a 1pm

Bucomanía: Películas familiares en RPC TV

Sábados en Telemetro: programación sin violencia, dirigida a niños y familia, de 7am a 5pm

Domingos: franjas exclusivamente infantiles en Telemetro y RPC TV, de 9am a 12m

TRANSMISIONES Y PROGRAMAS ESPECIALES

Numerosos momentos del año se ajustan a la programación regular para dar paso a programas o transmisiones especiales, tal como se enlista a continuación:

Transmisión en vivo del Concierto Por la Paz

Programación especial de Semana Santa (películas, programas y caricarutas de carácter religioso y de promoción de la fe cristiana).

Transmisión de la Santa Misa, todos los domingos.

Realización técnica y transmisión de la Cita Eucarística (evento masivo organizado por la Arquidiócesis de Panamá).

Transmisión de la Misa de la Virgen de la Misericordia

Producción y transmisión de programas especiales con Rick Miller

Transmisión internacional de la Beatificación de Juan Pablo II, desde El Vaticano

Producción y transmisión de la celebración del Cristo de Atalaya (Provincia de Veraguas)

Reportajes y transmisión en vivo de las actividades del Cristo Negro de Portobelo (Provincia de Colón)

Transmisión del documental Santa María la Antigua

Adicionalmente debemos mencionar el apoyo técnico, con recursos, equipo y personal, destinado a la transmisión de eventos organizados por la Arquidiócesis de Panamá, pero que son transmitidos a través de la frecuencia de FETV, televisora católica sin fines de lucro (Actos Conmemorativos de la festividad de Santa María la Antigua, patrona de Panamá).



PROGRAMAS RADIALES

La flexibilidad de la radio permite incorporar espacios de contenido positivo y con propuestas sociales, en diversos formatos.

En Contacto con la Comunidad: presentación y solución de denuncias comunitarias

La Mañana Espectacular / La Tarde Espectacular: revistas que incluyen contenido didáctico de múltiples temas.

Programas y transmisiones especiales de carácter social, religioso, informativo, de opinión.

SERVICIOS INFORMATIVOS

Los espacios noticiosos, de información y de opinión constituyen una fuente constante de mensajes que pueden salirse de la habitual y directa cobertura noticiosa para ir hacia temas sociales, familiares y de salud, todos con propuestas e información de utilidad. La franja de noticieros televisivos Telemetro Reporta (más de 6 horas diarias en directo) es la más importante referencia informativa del país. Conscientes de esa fuerza, sus espacios incluyen contenido positivo diariamente.

Telemetro Reporta Verde: Ecología y ambiente.

El Pulgar del consumidor: orientación.

Panamá Progresa: panameños humildes son ejemplo de trabajo honrado y tesón.

Panamá Crece: importantes proyectos que engrandecen al país.

Telemetro cuida tu salud: segmento de contenido médico.

Tecnología: los avances tecnológicos que mejoran la calidad de vida.

Reportajes de ayuda social: presenta casos con necesidades específicas y la audiencia reacciona para colaborar con la solución (operaciones médicas de gran complejidad, construcción de casas y similares).

Valores: en alianza con la Comisión Nacional Pro Valores Cívicos y Morales.



CLUBES	SEMANAS	VALOR
20-30/Kiwanis Canal de Panamá	12 SEPTIEMBRE	EJEMPLO
JCI de la Ciudad de Panamá/Kiwanis Perlas	19	INTEGRIDAD
Kiwanis Panamá/Soroptimista	26	PATRIOTISMO
Leones Panamá/JCI Nacional	3 OCTUBRE	RESPONSABILIDAD
Comisión/Rotarios	10	SOLIDARIDAD
Kiwanis Metro/JCI Alianza	17	HONESTIDAD
Leones San Fco./JCI Metropolitano	24	RESPECTO
Comisión/K. Perlas	31	SERVICIO/ DESPRENDIMIENTO
JCI C. Panamá/ Activo 20-30	7 NOVIEMBRE	LEALTAD
Kiwanis Panamá/ JCI Nacional	14	JUSTICIA
JCI Metro/Rotarios	21	PROBIDAD
C. Leones San Francisco/Soroptimista	5 DICIEMBRE	TOLERANCIA
Kiwanis Metropolitano/ JCI Alianza	12	PUNTUALIDAD
C. Leones de Panamá/ Kiwanis Canal P.	19	PERDÓN



CAMPAÑAS

Utilizando la plataforma de radio y televisión se hacen campañas especiales en fechas de interés nacional.

Campaña “Cuando maneje no tome” / Carnavales: prevención de accidentes producidos por ingesta de licor.

Campaña “Panamá no aguanta más” / Día de la Tierra: conciencia hacia el cuidado del ambiente.

ALIANZAS DE CONTENIDO Y PROGRAMACIÓN

Como principal empresa de medios del país, somos buscados como importantes aliados por organizaciones nacionales e internacionales de gran relevancia.

- Alianza Universidad Tecnológica de Panamá / Divulgación de adelantos, investigaciones y proyectos de gran relevancia científica, cultural y social.
- Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE) / CADE (Conferencia Anual de Ejecutivos de Empresa).
- Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE) / 1er Foro de Deportes (como prevención de violencia).
- Alianza Fundación Televisa / “Llena de Amor”: campaña contra la obesidad
- Alianza Fundación Televisa / “Cuando me enamoro”: campaña de ahorro de agua
- Alianza con Plaza Sésamo / Campaña de seguridad vial: Década de Acción de la Seguridad Vial de la ONU.
- Alianza Ciudad del Saber: divulgación de hallazgos y proyectos de innovación tecnológica, educativa y científica.

Movimiento Nueva Generación

Estrecha alianza de trabajo que ha facilitado el involucramiento de nuevos benefactores, la habilitación de un Centro Cultural y la construcción de un Centro de Atención Integral a través de acciones de divulgación, liderazgo en su Junta de Síndicos, generación de fondos y establecimiento de nuevas alianzas.

Alianza con Club Activo 20-30 / Teletón 20-30

El espectáculo artístico de 27 horas en vivo, organizado para distintas causas anuales dirigidas a la infancia, es producido para televisión con el personal y recursos técnicos de Corporación Medcom.

Fondo Unido de Panamá, UNITED WAY

Corporación Medcom es miembro fundador del capítulo panameño de United Way, participa en la Junta Directiva y en su Comité de Proyectos por su compromiso con las causas por la infancia y la educación.



FOLKLORE Y CULTURA NACIONAL

Las propuestas televisivas orientadas a promover la cultura nacional y rescatar manifestaciones folklóricas, también tienen un importante lugar en la programación y en los horarios estelares.

Así es mi Tierra.

Programa semanal que presenta contenido que resalta las más puras y autóctonas costumbres de nuestros pueblos campesinos e indígenas. Mezcla tradiciones, humor, música vernacular, entrevistas a personalidades, muestras de artesanías y gastronomía local.

Semilla de Cantores.

Su objetivo es reforzar entre los niños y niñas la práctica de la canción en décima, tan típica de nuestras campiñas. En el año 2010, tuvo un alcance promedio de **346,920 televidentes**.

FOLKLORE	
Programa	Total Horas
Así es mi Tierra	47
Semilla de Cantores	16
TOTAL	63

* Sin información de niveles de audiencia por suspensión nacional del servicio de medición de IBOPE.



CONTENIDO CON SOLUCIONES

La selección de contenidos de programas, noticieros, tanto de radio como de televisión, incluye invariablemente la solución de casos sociales que de manera espontánea llegan a nuestras salas de redacción. Ocurre lo mismo con las denuncias, generalmente de problemas comunitarios, que encuentran en los medios de comunicación, una ventana de divulgación efectiva y la forma más directa de que la petición de solución llegue a las autoridades que corresponda.

Es así como incluimos segmentos y programas de este tipo:

Respuestas Comunitarias.

Como se ha mencionado, espacios de radio y TV dan respuesta a problemas comunitarios "En Contacto con la Comunidad", de RPC Radio, entrevistas sociales en el Noticiero Matutino de Telemetro Reporta y RPC Radio, entre otros, se transmiten diariamente con la dinámica de presentar el caso, gestionar la ayuda y divulgar la solución.

Extra Solidario

paquetes de donación familiar valorados en B/100.00 cada uno. La entrega se hace a través del programa C4 que presenta un reportaje social sobre el caso atendido (total anual entregado: **B/5,200.00.**)



Pide un Deseo:

El programa revista Tu Mañana es padrino de la Fundación Pide un Deseo y colabora en la realización de los sueños de niños de esta organización. Este apoyo le valió el reconocimiento “**International Impact Award**” otorgado en Dublín, Irlanda, por Make-a-wish-International, por la labor de divulgación y realización de sueños durante el período 2010-2011.

ALIANZAS COMERCIALES CON FINES SOCIALES

Texaco / Renovando Escuelas



Por cada galón que pongas en nuestras estaciones, Texaco con Techron nuevamente aportará un porcentaje a Club de Leones Internacional que renueva escuelas y le da a miles de niños la oportunidad de estudiar en mejores condiciones.

El Poder Insuperable de Limpieza de Texaco con Techron te ayuda a obtener un óptimo rendimiento, desempeño y economía.

Energía para Aprender™
una iniciativa de Chevron



© 2011 Texaco Corporation. All rights reserved. El contenido de este documento es propiedad de Texaco y Chevron.

Confía tu auto a la Estrella



McDonald's / Mc Día Feliz

Actividad anual en la que figuras de la televisión y la radio promocionan la venta de Big Macs a beneficio de la Casa Ronald McDonald. Participaron importantes figuras de nuestras pantallas, se le otorgó **bonificación especial, pases en vivo, reportajes y promoción invitacional**.

PEPSI / Operación Sonrisa

El objetivo era apoyar a 100 niños con labio o paladar hendido para ser intervenidos por Operación Sonrisa. La dinámica de mercadeo social instaba a los consumidores a adquirir PEPSI pues una parte del costo iría dirigido a este proyecto que se realizó en varias provincias. El proyecto tuvo **cobertura noticiosa** sobre el trabajo de la organización, **apoyo en divulgación** para la captación de casos, **bonificación especial, reportajes y presencia en sets**.

Nevada/ Fortaleciendo Sueños / Pro Niños Del Darién



En alianza con la Fundación Pro Niños del Darién, este proyecto garantiza porciones de leche, diarias, a 365 niños de la provincia del Darién, lo que suma 132,860 unidades de 236ml. Para lograr este objetivo se invita al público a adquirir empaques de leche con diseños infantiles, pintados por niños darienitas, bajo la orientación de la destacada artista panameña Olga Sinclair. El apoyo incluyó **bonificación especial, menciones y entrevistas**.

Café Duran / Cinta Rosada Bonificación

Anualmente Café Durán dedica ingentes esfuerzos a la divulgación de mensajes de prevención del cáncer de mama. Siendo esta una de las acciones sociales de Telemetro, la alianza comercial es natural y se ha dado con muy buenos resultados incluyendo **bonificación especial, menciones y entrevistas**.



DIVULGACIÓN DE MENSAJES

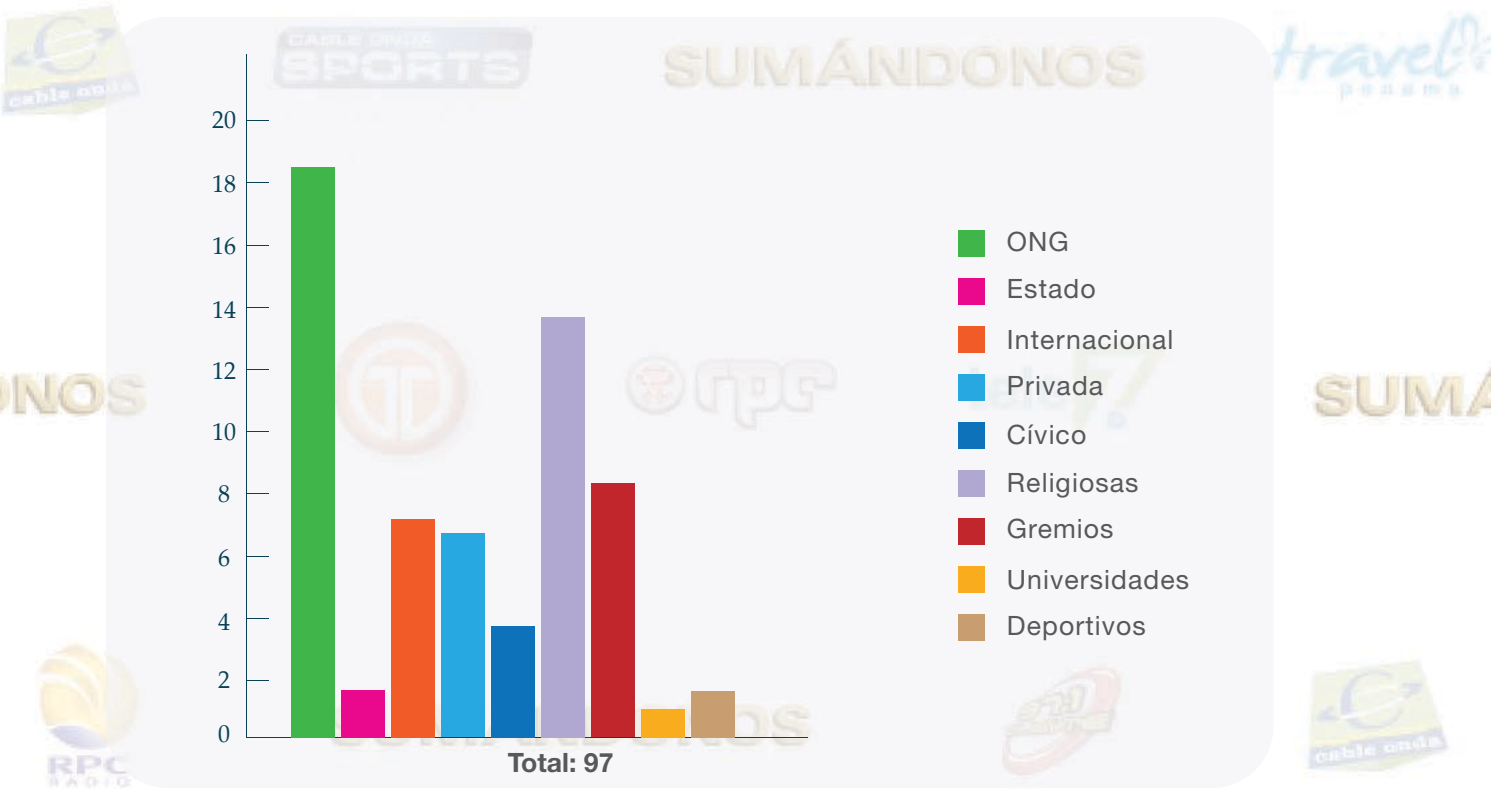
Creada tras una completa reingeniería de procesos internos, la plataforma SUMÁNDONOS está diseñada para, de una forma eficiente y organizada, contribuir con la divulgación de los mensajes sociales de Organizaciones no gubernamentales de diversa índole.

Además de dar tiempo aire de cortesía, para la difusión de sus causas y actividades, da asesoría de comunicación para el mejor aprovechamiento de la plataforma.

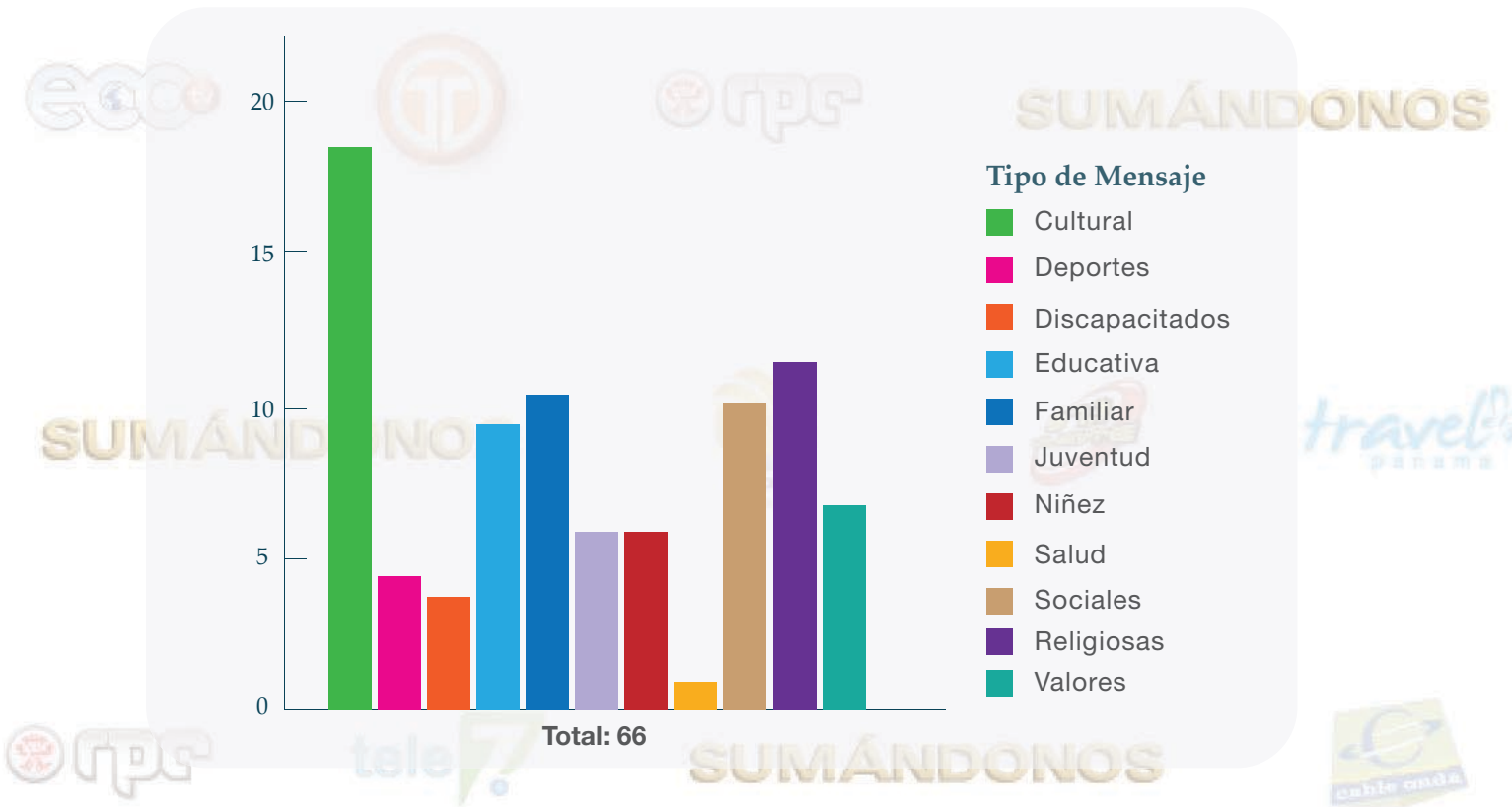
SUMÁNDONOS otorga tiempo aire de cortesía en forma de piezas, entrevistas, coberturas noticiosas, reportajes, cápsulas y diversos formatos de radio y tv.

SUMÁNDONOS

Tipos de organizaciones beneficiadas:



Cantidad y tipo de mensajes divulgados en Sumándonos:



Esfera de Derechos Laborales



PRINCIPIO N° 3

Apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

DERECHO A ASOCIACIÓN Y BENEFICIOS



El derecho de asociación de sus colaboradores es respetado y honrado por la Corporación Medcom que cumple a cabalidad con los acuerdos incluidos en la **Convención Colectiva de Trabajo** vigente (CCT).

En el año 2011 se reanudó el ejercicio de evaluación y actualización de la CCT en el que participaron representantes de la empresa y del Sindicato Trabajadores de Corporación Medcom Panamá (SITRACOMEPE). Después de las negociaciones, el nuevo documento fue firmado en octubre de 2011, con vigencia por cuatro años, hasta el año 2015.

La nueva Convención Colectiva además de incluir los logros que supone para los colaboradores, mantiene un amplio listado de beneficios para ellos, el cual sigue siendo uno de los mejores del país.

Entre los beneficios más importantes que podemos mencionar están las becas para colaboradores cuyo detalle apreciaremos en el apartado sobre Capacitación y Desarrollo. Para sus dependientes se entregaron **25 becas por un monto total de B/.10,500.00.**

Además, la CCT incluye **beneficios** como: gafas, seguro de vida, apoyo monetario ante defunciones, matrimonio o nacimientos, participación de utilidades, normativa para promociones laborales, viático sin necesidad de comprobante para gastos personales en movilizaciones y viajes para la empresa, actividades culturales, deportivas, asistencia social, celebraciones, convivios, aspectos de seguridad industrial, salud, capacitación, entre muchos otros.

Se realizan también actividades orientadas a mejorar la calidad de vida “de los colaboradores adicionales a los beneficios”, como por ejemplo, **las ferias de salud y feria de proveedores** las cuales son muy beneficiosas para el equipo, pues brindan grandes descuentos y promociones en distintas áreas tanto comerciales, médicas, farmacéuticas y de seguros, entre otros. Igualmente se entrega a todos los colaboradores una **tarjeta de descuentos** que les permite recibir rebajas en importantes empresas.



Beneficio	Colaboradores que lo utilizaron	Monto entregado
Óptica	65	B/. 6,000
Nacimientos	29	B/. 7,425
Matrimonio	19	B/. 8,100
Fallecimiento	19	B/. 5,400
Graduación	19	B/. 5,400
Total	151	B/.29,169



Uno de los beneficios más atractivos para los colaboradores es que se le otorga gratuitamente a todo el personal el servicio de telefonía, televisión por cable e internet en sus hogares, el cual significa un aporte total de la empresa de **B/. 38,000 anuales** y **beneficia a 466 colaboradores**.

ASPECTOS LABORALES

Reclutamiento, Selección e Igualdad de Oportunidades

Es de orden obligatorio en la empresa realizar una búsqueda interna para luego, si no se encuentra el candidato, continuar buscando externamente a quienes puedan llenar las vacantes disponibles. El proceso de reclutar nuevo personal o de reubicar personal interno en nuevas posiciones, siempre está sujeto al perfil requerido para cada posición y se fundamenta en capacidad, experiencia, posibilidades de crecimiento; se realizan pruebas psicológicas y entrevistas personales para la toma de decisión.

En el período comprendido por este informe, se dio un **24% de contrataciones internas**, lo que representa un ascenso o cambio de posición de un total de **43 colaboradores**.

Número de Vacantes	Vacantes ocupadas con personal interno
180	43

El actual crecimiento de la empresa y la creación de nuevas áreas han requerido una creciente contratación externa que se evidencia en los resultados de contrataciones internas de los años 2010 y 2011.

Año	Porcentaje de contrataciones internas
2011	24%
2010	48%
2009	55%
2008	60%
2007	45%
2006	33%

Totales 101



48 48%



53 52%

La distribución de altas posiciones ejecutivas presenta un apropiado **balance de género** mostrando que las posibilidades de crecimiento están regidas por capacidad y experiencia.

Total Gerentes Senior 9



4 44%



5 56%

Total Gerentes 18



8 44%



10 56%

Total Jefes 42



21 50%



21 50%

Total Coordinadores 32



15 47%



17 53%

OPORTUNIDAD DE APRENDIZAJE

El sistema de práctica profesional, estudiantil o universitaria, abre las puertas de la empresa a decenas de estudiantes que logran aprender de la experiencia relacionándose directamente con sus áreas de estudio.

A través de acuerdos con instituciones educativas, los estudiantes son recibidos y evaluados. Un porcentaje de ellos es posteriormente contratado en la empresa, según vemos a continuación:

Practicantes:

Escuela: 6 (7%)

Universidades: 83 (91%)

INADEH: 2 (2%)

Practicantes que se quedan trabajando:

11 personas/ 13%.

Origen	Practicantes Recibidos	% Practicantes Contratados
Universitarios	70	7 %
INADEH	6	20%
Escuelas	11	12%
Voluntarios	8	-
TOTALES	95	13%

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

Durante el año 2011 Corporación MEDCOM ha invertido **B/.259,455.34** en el desarrollo de su fuerza laboral, a través de cursos, seminarios, diplomados, talleres de cuerdas, talleres técnicos como el de Alta Definición (Iluminación, Escenografía y Maquillaje), VIZRT (Visualización en Tiempo Real) y EXCEL, abarcando unas **6,271 horas de capacitación**, capacitando al **80% del personal** (505 colaboradores).

Este esfuerzo está dirigido no sólo a personal profesional/técnico; sino también a los líderes que asisten a jornadas de actualización y de desarrollo de liderazgo en sesiones de Gotas de Liderazgo con la metodología internacional Franklin Covey, Planificación Estratégica, entre otros.

Además en el 2011, se apoyó a **13 colaboradores** para obtener sus **licenciaturas (6) y maestrías universitarias (7)** lo cual tuvo una inversión total de **B/.40,854.90 adicionales** a lo ya invertido en capacitaciones de ramas específicas.

Dentro de este esfuerzo de desarrollo dirigido a los colaboradores, se firmó un Convenio para formar a **125 colaboradores en el idioma Inglés** en donde todos los colaboradores con desempeño sostenido y alto compromiso hacia la organización tienen la oportunidad de aprender y/o perfeccionar este idioma.

Para el año 2011, con el fin de contribuir de manera significativa al desarrollo de nuestros colaboradores y por ende apoyar al crecimiento de la organización, se implementó un **Programa de Formación** que se tituló **CRECER** que persigue el lograr mayor capacitación de nuestros colaboradores en aspectos profesionales y personales.

Este plan de capacitación cuenta con **11 talleres** dictados por Compañías Capacitadoras y Facilitadores Internos, los cuales tienen una duración aproximada de 1.5 horas; a este programa asistieron **150 colaboradores** con una participación promedio de 25 participantes por sesión.





BIENESTAR DEL EMPLEADO

Corporación MEDCOM sigue su proceso permanente orientado a crear, mantener y mejorar las condiciones que favorezcan el desarrollo integral de sus colaboradores, el ascenso de su nivel de vida y el de sus familias; así como elevar los niveles de satisfacción, eficacia, eficiencia.

Año tras año, se organizan **Actividades Deportivas** para todos los colaboradores; el deporte es un instrumento fundamental para la productividad, generando un espacio de comunicación, interacción y trabajo en equipo el cual hace posible el afianzamiento de los valores corporativos y personales. También ayudan al mejoramiento del estado físico y mental de nuestro activo más importante, el capital humano de la empresa.

Anualmente se llevan a cabo dos ligas internas: de Fútbol y Bolos. En la **Liga de Fútbol** participan en promedio 3 Equipos Femeninos (**45 colaboradoras**) y 7 Equipos Masculinos (**105 colaboradores**). En la **liga de Bolos** participan aproximadamente **60 colaboradores**.

De igual manera, se realizan **Ferias de Salud, Feria de Proveedores, Charlas de Prevención**, entre otras actividades, que generan comportamientos de integración, respeto, tolerancia hacia los demás y sentimientos de satisfacción en el entorno laboral.

Además, se organizan actividades puntuales relacionadas con celebraciones importantes, como **Día de la Madre, Día del Padre, Día del Contador, Día del Periodista, Día del Locutor**, entre otros. Otra actividad muy esperada es el **Día del Niño** pues los colaboradores llevan a sus hijos a eventos de diversión y entretenimiento.

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Entre los grandes proyectos que Corporación MEDCOM realizó durante el año 2011 en pro de su capital humano, se encuentra el Levantamiento del **Plan de Prevención de los Riesgos Profesionales y de Seguridad e Higiene en el Trabajo** que de acuerdo a la Resolución No. 45-588-2011-JD de la Caja de Seguro Social, es obligatorio para toda la empresa.

Pensando en la salud y bienestar de nuestros colaboradores, MEDCOM contrató los servicios de una empresa consultora para realizar el levantamiento de dicho plan ya que de acuerdo al



Artículo 26 acápite c: “Las empresas que tengan más de 100 trabajadores sin importar la clase de riesgo a que pertenece, procurarán contar con los servicios de asesoría de profesionales especializados en Salud y Seguridad Ocupacional, de acuerdo a las actividades productivas.”

La creación del plan constituyó una serie de etapas que incluían: inspecciones en todas las instalaciones de la corporación, presentación de informes con los hallazgos, realización del Plan de Prevención de Riesgos y capacitaciones al personal en temas específicos como: Comité de Seguridad.

En cuanto a los servicios de salud proporcionados por la empresa, el médico que atiende el consultorio interno realizó **830 consultas** gratuitas a colaboradores.

Durante el período 2010-2011 que comprende este informe se dieron **6 accidentes de trabajo**.



SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

Clima Organizacional

En la medición de febrero de 2011 se obtuvo una **participación del 82%** (480 colaboradores) que representó un incremento del 13% con respecto a la medición del año 2010. En esta medición se obtuvo un porcentaje de **favorabilidad del 64%** siendo los factores más favorables el Reconocimiento, Compromiso y Pertenencia y Satisfacción.

Premiación de Valores

Con el objetivo de fortalecer la práctica de los Valores Medcom, se realizó la primera **premiación de los Valores MEDCOM** instaurando su slogan “Ese Soy Yo”. Para lograr la participación de todos los colaboradores se seleccionaron representantes de los valores por gerencia (**24 colaboradores**) y, posteriormente, por votación popular, se escogió un ganador por Dirección: Lithka Chi (Dirección de Medios) y Julio Solís (Dirección de Administración y Finanzas).



Esta selección se desarrolló en un festivo ambiente en el que los candidatos realizaban actividades para captar la atención y votos de sus compañeros. Se produjo un ambiente cohesionado, de unidad entre los colaboradores, todo en torno a la promoción de los valores de la organización.

Esfera de Derechos Ambientales



PRINCIPIO N° 7

Apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales

PRINCIPIO N° 8

Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental

ESTRATEGIA VERDE

Con miras a lograr importantes eficiencias y disminuir nuestros impactos al ambiente, la empresa creó un **Comité de Eficiencia y Tecnología** que asume el liderazgo de importantes proyectos y está liderado por la Gerencia Senior de Administración y Tecnología, y es apoyado por la Gerencia Senior de Proyectos Especiales y la Gerencia Senior de Asuntos Corporativos.

La principal misión, generar eficiencias y ahorros, ha tenido importantes indicadores de éxito, a través de la incorporación de medidas y procesos en distintos departamentos:

Disminución del Consumo de Papel Blanco

Disminución del consumo de cassettes hasta su desaparición (Proyecto Sin Cinta)

Proceso autosostenible de desecho de materiales y reciclaje



LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL DE CORPORACIÓN MEDCOM SE DIRIGE AL CUIDADO Y RESPETO DEL ENTORNO, LA GENERACIÓN DE EFICIENCIAS Y LA REDUCCIÓN DE IMPACTOS.



REDUCCIONES

Disminución del Consumo de Papel Blanco

Una de las acciones de más impacto en cuanto a la reducción de consumo de papel blanco se dio en la Gerencia de Servicios Informativos. Habitualmente, la impresión de los libretos de noticieros (4 noticieros al día, 7 juegos de libretos por noticiero, aproximadamente 50 páginas por libreto) generaba un enorme consumo de papel blanco que, aunque era reciclado, tenía un importante impacto en el ambiente.

Una decisión importante fue eliminar dichas impresiones al instalar computadoras portátiles en los escritorios de los presentadores de noticieros generándose un **ahorro de aproximadamente 10,000 páginas de papel bond blanco, al mes.**



Disminución del Consumo de Cassettes

El proyecto Sin Cinta busca eliminar el uso de cintas, o videocassetes, en la operación lo que tendrá como resultado, no solo mejorar la calidad del material que se transmite, sino eliminar ese costo y reducir considerablemente la cantidad de desechos con componentes químicos.

Proceso autosostenible de desecho de materiales y reciclaje

El primer paso en este proceso fue identificar la gran y variada cantidad de materiales reciclables que emanan de nuestra operación. Desde chatarra electrónica (un número relevante de equipos discontinuados por cambios en la tecnología disponible en la industria) hasta esqueletos de escenografías (metales) y partes de escenarios (madera, acrílicos).

La venta de este material a organizaciones especializadas en su apropiado manejo y desecho generó los fondos para financiar los contenedores de reciclaje de materiales de consumo diario (plásticos, aluminio, tetrapack).



MANEJO DE DESECHOS

Para tener conocimiento formal previo, sobre nuestros impactos y emisiones, se contrataron los servicios de la ONG Fundación Acción Social por Panamá (FAS) para la **elaboración de un diagnóstico** del cual emanaron recomendaciones, algunas están implementadas y otras están en proceso.

El trabajo principal de adecuación de centros de acopio, uno en cada piso, entrenamiento al personal de aseo para la apropiada separación de desechos e identificación de tipos de desecho comenzó en 2012 por lo que sus resultados serán incluidos en el informe correspondiente a ese período.

El apropiado desecho de pilas y baterías se realiza a través de un acuerdo estratégico con “Alianza Contaminación Cero”. Para esto se instalaron contenedores y periódicamente se retira su contenido que es sellado en concreto por los especialistas. En el período 2010-2011 se recogieron y desecharon adecuadamente **125 libras de baterías**.

CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES

Día de la Tierra

Varias actividades se orientaron a crear conciencia sobre el Día de la Tierra y las acciones que debemos tomar para proteger el medio ambiente. Nuevamente **se realizó una pieza televisiva** de sensibilización que rotó en la programación regular.

Adicionalmente se hizo una alianza con la Autoridad Nacional del Ambiente a través de la cual se incluyó **contenido editorial en noticieros y programas, tanto de radio como de televisión**, en materia de prevención y conservación. Producto de esta alianza **repartimos 3000 plantones** en las afueras de nuestras instalaciones creando conciencia sobre la importancia de reforestar.

Día del Reciclaje

Por segundo año, en alianza con la Fundación Acción Social por Panamá, se realizó el **Tour del Reciclaje “Recicla por tu medio ambiente”** que incluyó **3 escuelas primarias y 1 secundaria** de sectores vecinos de nuestras instalaciones. La escuela vencedora fue el Instituto Comercial Panamá que recolectó **677.5 libras**, para un gran total, entre todas las escuelas, de más de **1500 libras de material reutilizable** (papel, cartón, vidrio, tetrapak y plástico).



PRINCIPIO N° 9

Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales



Ferias Yo Reciclo

Por invitación del movimiento musical y ambiental ROBAMORENA, **Telemetro patrocina mensualmente las Ferias Yo Reciclo** que buscan generar conciencia, promover el reciclaje y el conocimiento sobre los temas relacionados con el impacto ambiental y las formas de minimizarlo.

Mensualmente se recogen miles de toneladas a través de este proyecto en el que participan numerosas empresas, organizaciones y voluntarios encabezados por la Fundación FAS Panamá, como patrocinador y organismo recolector del material.

LIMPIEZA ECOAMIGABLE

La empresa Proclean, encargada de los servicios de limpieza de nuestras instalaciones, siguen certificándonos la condición de **“biodegradable”** de cada uno de los productos utilizados en las labores de aseo.



Esfera Anticorrupción



PRINCIPIO N° 10

Luchar contra todas las formas de corrupción incluyendo la extorsión y el soborno

AUTORREGULACIÓN

El 6 de enero de 2011, la Autoridad de los Servicios Públicos (ASEP) aprobó la Resolución AN No. 4201-RTV que modificó la Resolución N° JD-1556 de 15 de septiembre de 1999. En esta resolución se adoptan nuevos criterios en el Acuerdo de Autorregulación suscrito entre las Empresas Televisoras de la República de Panamá.

El cumplimiento de este nuevo Acuerdo se desarrolla según lo planteado en su contenido y es parte de los lineamientos internos de departamentos como Programación, Producción, Mercadeo, Noticias, Gestión Legal y Asuntos Corporativos. El monitoreo se realiza por medio de reuniones periódicas convocadas por el Ministerio de Desarrollo Social y ante la presencia de representantes de ASEP, Dirección de Medios del Ministerio de Gobierno, Pastoral de Medios de Comunicación de la Arquidiócesis de Panamá y, por supuesto, con la participación de los representantes de todos los grupos televisivos.



ÉTICA PERIODÍSTICA



La estrategia de Responsabilidad Social de Corporación Medcom va dirigida a la infancia, como mencionamos en el primer capítulo de este informe. Es precisamente el área informativa/noticiosa una de las de más interés por ser su contenido el que refleja diariamente la situación a la que se ve expuesta la infancia más desfavorecida.

De allí que, para elevar el tratamiento de informaciones relacionadas con niños, niñas y adolescentes en situación vulnerable, se han realizado diversas acciones como:

Firma de acuerdos y aval de acuerdos existentes.

Dictamen del Comité de Ética del Consejo Nacional de Periodismo sobre el tratamiento de las informaciones acerca de niños, niñas y adolescentes (Resolución No.019) cuyo contenido está en alineación con los lineamientos.

Actividades de formación y alineación para periodistas.

Taller “Seguridad y Adolescencia” (Consejo Nacional de Periodismo –CNP- UNICEF).

Taller Ética Periodística dictado por el Dr. Javier Darío Restrepo (gracias a la gestión de UNESCO).

Organización del taller práctico sobre decisiones éticas con el apoyo de UNESCO, dirigido a periodistas de otros medios y estudiantes. Realizado en la Universidad de Panamá.



En cuanto a denuncias ciudadanas presentadas al Comité de Ética del Consejo Nacional de Periodismo, durante el período de este informe, solo se introdujo una en 2010; ésta no fue admitida por el Comité que en su Resolución No. 025 manifestó que **no hubo violación a principios ético-periodísticos**.

ÉTICA EMPRESARIAL Y TRANSPARENCIA

La implantación de mecanismos de gobierno corporativo es un área aún por explorar y el primer paso formal se dio con la participación de Corporación Medcom en INDICARSE. Un estudio regional que mide los 7 ejes de la responsabilidad social (Gobernabilidad, Público Interno, Medio ambiente, Proveedores, Mercadeo, Comunidad, Política Pública).

Eje	MEDCOM	Promedio Indicarse
Gobernabilidad (Valores y transparencia)	52	78
Público Interno	79	70
Medio Ambiente	48	49
Proveedores	27	43
Mercadeo	50	81
Comunidad	76	63
Política Pública	47	57
PROMEDIO GLOBAL	57	63

El estudio, realizado durante los meses de julio y agosto de 2011, incluyó a 257 empresas evaluadas. Internamente, Medcom incluyó en el proceso a todos los departamentos relacionados con cada aspecto consultado en el cuestionario (Administración y Tecnología, Gestión Humana, Mercadeo, Comercialización, Noticias, Programación, Procesos, Gestión Legal, Asuntos Corporativos, Finanzas y Contabilidad).

Al ser primera vez que Corporación Medcom ejecutaba este ejercicio, no existe un valor previo de comparación por lo cual presentamos la comparación de resultados por eje, versus el promedio de la región centroamericana.

Una vez fueron entregados los resultados a la empresa, estos fueron presentados individualmente, a cada área relacionada, con la cual se trabajó un plan de avance, con miras a lograr mejoras para el próximo informe.

Posterior a este ejercicio, se realizó una presentación formal a todos los Directores, Gerentes Senior y Gerentes, en presencia del Director General de la empresa, donde cada área explicó las acciones a tomar durante el año 2012.

En eje de Gobernabilidad, que atañe a la Esfera Anticorrupción, encontramos excelentes resultados en áreas Legalidad, Cultura Organizacional y **promedios superiores a los de la región en Propiedad Intelectual y Transparencia con la sociedad**. El reto es documentar los procesos relacionados con los Principios Éticos y Gobernabilidad Corporativa.

PROPIEDAD INTELECTUAL Y CONTENIDOS

Como mencionamos anteriormente, la propiedad intelectual es un elemento altamente respetado, por las características mismas de la industria de la televisión y las comunicaciones.

El departamento de Gestión Legal ha diseñado cláusulas en los contratos que, no solo respetan el derecho de autor, sino que buscan asegurar calidad en los contenidos, respeto a las normas éticas que la empresa mantiene y a su alineación con el respeto a la dignidad de niños, niñas y adolescentes.

Algunos de los aspectos incluidos en los contratos relacionados con los proveedores de contenido son:

Posibilidad de vetar contenido de programas que contravengan las normas legales vigentes y el Acuerdo de Autorregulación de los Medios.

La declaración de los productores externos que confirman haber procesado y obtenido los permisos y autorizaciones respectivas en materias de derecho de autor y propiedad intelectual de todos los elementos audiovisuales incluidos en su obra.

Los productores reconocen su obligación de cumplir con todas las normas civiles, comerciales, intelectuales, laborales, ambientales y otras.

Se asegura el cumplimiento de los productores sobre normas relacionadas con las Licencias para Locutores de sus presentadores y el respeto a las normas de ASEP.

La empresa se reserva el derecho de terminar un contrato ante atentados contra la moral, buenas costumbres o disputas de censura pública.

También a los usuarios comerciales se les incluye en sus contratos la exigencia de cumplir con todas las normas vigentes relacionadas con sus respectivos negocios o industrias, sean estas de carácter sanitario, protección al consumidor o similares.

De hecho, las únicas denuncias presentadas contra Corporación Medcom ante la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) son por errores de publicidad de clientes. En todos los casos presentados se sustentó que las promociones comerciales pertenecían a otras empresas que solamente alquilan espacio publicitario, lo cual no implica responsabilidad del medio que la transmite. Corporación Medcom fue liberado de responsabilidad, en todos los casos, por la autoridad competente.



Trata a un hombre tal como es, y seguirá siendo lo que es;
**Trátalo como puede y debe ser, y se
convertirá en lo que puede y debe ser.**





Comunicación de Progreso. Cumplimiento del Pacto Global.

Naciones Unidas | 2010-2011

Informe preparado por la Dirección de Asuntos Corporativos © Medcom - Panamá

