

# Comunicación de Progresos

Cumplimiento del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas 2014



medcom.







# ÍNDICE



2 DECLARACIÓN DE COMPROMISO

3 ¿QUIÉNES SOMOS?

4 NUESTRA RSE

5 DECLARACIÓN UNIVERSAL  
DE LOS DERECHOS DEL NIÑO

6 ESFERA DE  
DERECHOS HUMANOS

30 ESFERA LABORAL

35 ESFERA AMBIENTAL

39 ESFERA  
ANTICORRUPCIÓN



# DECLARACIÓN DE COMPROMISO



La constante búsqueda de mejores formas de incorporar los principios de la Responsabilidad Social en la gestión del negocio, es un reto fundamental que Medcom asume con convicción.

Anualmente Medcom focaliza sus esfuerzos en los lineamientos que forman parte del Pacto Global de la ONU como mecanismo de seguimiento y generación de indicadores. En las áreas de Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción se desarrollan iniciativas y proyectos pero también se trabaja en la formación del personal, documentación de datos y reporte de resultados que se hacen públicos a través de este informe de cumplimiento.

Es por ello, que sentimos grata satisfacción de presentar el resumen de las acciones del año 2014, como compromiso formal de continuidad y adhesión al Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas y a las iniciativas que promueven la Responsabilidad Social y la Sostenibilidad para un mundo mejor.

Nicolás González Revilla P.  
Gerente General  
MEDCOM





# ¿QUIÉNES SOMOS?



Medcom agrupa a los principales canales de televisión abierta (Telemetro, RPC TV, MALL TV), televisión por cable (COS, COS2, ECO TV), estaciones de radio (RPC Radio, Caliente 97.5 y Telemetro Radio) y portales web (telemetro.com y rpctv.com), convirtiéndose en el grupo multimedios líder de Panamá.

La planilla de Medcom cuenta con 930 colaboradores permanentes, distribuidos así:

96%

*Sede Central, Ciudad de Panamá*

1.3%

*Personal de estudios de Telemetro Reporta Chiriquí*

*Sede Ciudad de David, Provincia de Chiriquí*

2.7%

*Corresponsales y personal de torres de transmisión en regiones montañosas*

*Distribuido entre el resto de las provincias*

## **Nuestra Misión**

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

## **Nuestra Visión**

Ser 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.



## **Nuestros Valores**

**Respeto**  
**Integridad**  
**Pasión**  
**Creatividad**  
**Trabajo en Equipo**  
**Compromiso Social**



# NUESTRA RSE



La RSE de Medcom está basada en el papel que desarrollamos socialmente, como plataforma líder de medios masivos de comunicación nacional. Es a través del planteamiento, seguimiento y desarrollo, tanto de las materias fundamentales como de las esferas de cumplimiento del Pacto Global, como se establece y se asignan objetivos y responsabilidades a las distintas gerencias, garantizando el desarrollo, aplicación y cumplimiento exitoso de las metas anuales de nuestra RSE.

Destacamos que el objetivo de nuestra plataforma multimedios es ofrecer a su público un conjunto variado, atractivo y novedoso de contenidos y acciones, que buscan provocar un cambio mediante la invitación a la reflexión, al compromiso y a la participación individual o comunitaria, de manera que nuestra audiencia sea coprotagonista, junto a Medcom, en la construcción de una mejor sociedad y la protección del medio ambiente.

Las acciones de RSE de Medcom se exponen en el presente documento, de conformidad con la estructura del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas.

## Ámbito Interno

Los capítulos de Esfera Laboral, Esfera Ambiental y Esfera Anticorrupción desglosan diversos temas, dando seguimiento y continuidad a los asuntos relacionados con la ejecución interna de la empresa. Esto garantiza que la práctica de la RSE no es una labor aislada de un departamento o colaborador, sino que está incorporada en la gestión del negocio.

## Ámbito Externo

Basándonos en la Declaración Universal de los Derechos del Niño y sobre los pilares de ejecución fundamentales de Educación, Salud, Deportes, Prevención de la Violencia y Cuidado del Medio Ambiente seguimos enfocando nuestras acciones externas de RSE hacia la Infancia (como nuestro norte estratégico).





# DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS DEL NIÑO



**1** El derecho a la igualdad, sin distinción de raza, religión o nacionalidad.

**2** El derecho a tener una protección especial para el desarrollo físico, mental y social del niño.

**3** El derecho a un nombre y a una nacionalidad desde su nacimiento.

**4** El derecho a una alimentación, vivienda y atención médica adecuadas.

**5** El derecho a una educación y a un tratamiento especial para aquellos niños que sufren alguna discapacidad mental o física.

**6** El derecho a la comprensión y al amor de los padres y de la sociedad.

**7** El derecho a actividades recreativas y a una educación gratuita.

**8** El derecho a estar entre los primeros en recibir ayuda en cualquier circunstancia.

**9** El derecho a la protección contra cualquier forma de abandono, crueldad y explotación.

**10** El derecho a ser criado con un espíritu de comprensión, tolerancia, amistad entre los pueblos y hermandad universal.





# ESFERA DE DERECHOS HUMANOS





## Principio No.1

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

## Principio No.2

No actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos

# I. Salud

## 1. Los Niños Primero

Los Niños Primero continúa siendo la actividad de recaudación de fondos más importante de la ONG NutreHogar. Una vez más, Medcom, a través de Telemetro, enfocó la divulgación hacia la sensibilización de temas tan relevantes como la desnutrición y la generación de oportunidades que NutreHogar desarrolla en sectores de extrema pobreza, principalmente en la comarca Ngäbe Buglé. Año tras año, la labor que realiza Los Niños Primero, logra aglutinar esfuerzos de benefactores que permiten el funcionamiento de comedores y el combate contra la desnutrición.

### Los Niños Primero

#### Telemetro

Cuñas: 104  
Segundos  
Totales: 3,444  
Quemados: 28

#### RPC TV

Cuñas: 120  
Segundos  
Totales: 3,619  
Quemados: 28

### Año

### Total Anual Recaudado

### Instalación Construida

2014

B/. 346,545.27

Sostenimiento de nuestros centros para primera infancia a nivel nacional

2013

B/. 360,286.01

Remodelaciones en centros del Distrito de Kankintú

2012

B/. 365,673.60

CEPI Lajero Abajo

2011

B/. 350,173.60

CN Los Guarumos

2010

B/. 397,120.18

Mantenimiento de todos los centros existentes



## 2. Campaña Cinta Rosa y Azul

A través de nuestra firme alianza con el Instituto Oncológico Nacional (ION), somos propagadores de los mensajes de prevención y detección temprana de estos dos tipos de cáncer. Se seleccionaron 3 importantes figuras públicas como embajadores de nuestro mensaje de prevención: una mujer joven (la reconocida cantante Demphra), un hombre exitoso (el gran deportista Carlos Lee) y mujer adulta profesional (la popular Dra. Rosa María Britton).

Además, nuestros voluntarios, se sumaron llevando, un mensaje de esperanza y fortaleza a los pacientes del ION durante un programa especial de Tu Mañana, realizado desde las instalaciones del hospital.

A través de la pantalla de Mall TV se transmite el programa especial "Pinceladas de amor", doctores, pacientes, familiares, voluntarios y público en general, se unen para, con sus pinceladas individuales, formar un lazo común que nos aglutina para enfrentar y superar el flagelo del cáncer.



### Cinta Rosa y Azul

#### Telemetro

Cuñas: 90

Segundos

Totales: 2,700

#### MALL TV

**2 horas** Programa especial, en directo  
Pinceladas de Amor

**90 rotaciones** Promoción de invitación a  
Pinceladas de Amor

**4** Reportajes alusivos a la prevención del cáncer

**8** Entrevistas con especialistas y testimonios

**4** Cápsulas informativas "Sabía Usted"





# II. Educación

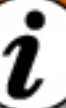
## 1. Tremenda Nota

Pensando una vez más en los segmentos más desfavorecidos de la sociedad, y en apoyo a la alianza forjada con el Club Activo 20-30, realizamos el programa de recogida de libros y útiles escolares 'Tremenda Nota', que junto a la Librotón 20-30, entregó material educativo en varias provincias.





# III. Prevención de violencia



## Cruzada Juvenil

### 1. Cruzada Juvenil

Conscientes de la importancia que tiene en la sociedad la formación de líderes juveniles empoderados y conscientes de su rol en sus comunidades, Medcom, con el apoyo del Programa de Seguridad Integral PROSI/OCEGI del Ministerio de Seguridad, y de la Policía Nacional a través de su sección de Policía Preventiva, desarrollaron la tercera versión de la Cruzada Juvenil.

Sus objetivos principales fueron el fortalecimiento del liderazgo de los miembros del proyecto, incrementar los niveles de impacto en otros jóvenes en particular y en la sociedad, en general, todo dirigido a la prevención de la violencia “de, desde y entre” adolescentes y jóvenes.

Culminaron el programa 115 jóvenes, que acumularon 5009 horas de formación y 21 de actividades lúdicas y/o sociales. El proyecto se concretó gracias a la alianza con 10 entidades públicas y cívicas y se logró la participación de 5 facilitadores especializados.

### Cápsulas Informativas

#### Telemetro

Cuñas: 16  
Segundos Totales: 880

#### RPC TV

Cuñas: 30  
Segundos Totales: 1,630





# IV. Deportes



## Mundial del Barrio

### 1. Mundial del Barrio

Basados en el impacto que tiene el deporte para forjar valores y para alejar a niños y jóvenes de las pandillas, la violencia y las drogas, Medcom reafirmó su alianza con el Movimiento Nueva Generación, la cual permitió la celebración del Mundial del Barrio.

Con este programa se les ofrece a los niños y adolescentes de los barrios una alternativa sana y se muestra el fútbol como un mecanismo para reducir su vulnerabilidad ante la presión de la delincuencia pues, en alianza con la Policía de Niñez y Adolescencia, se dieron **526 horas** de formación en temas relacionados con valores, familia y liderazgo, evitar drogas, violencia y pandillerismo, bullying en la escuela y cultura de paz.

**Transmisiones en RPC y COS**

20 partidos de 1 hora  
**Total de horas: 20**



### 2. COS Awards

Para destacar y honrar la pasión, el esfuerzo y el afán de superación de los deportistas panameños se crearon los COS Awards que destacan y enaltecen a los atletas más destacados del año y a las futuras glorias del deporte en nuestro país.

En la Gala del año 2014 se le concedió el Premio a la Excelencia Deportiva Fernando Eleta a Irving Saladino, por su trayectoria destacada logrando ser el primer panameño en recibir una medalla olímpica de oro.

También se honró a Edward Camargo, como mejor atleta del año en las Olimpiadas Especiales.

**Participantes:**  
7,260

**Sesiones de Formación:**  
526 horas

**Partidos Jugados:**  
4,356

**Provincias:**  
7

**Sedes:**  
28





# V. Medio Ambiente



Documental

RPC TV

Documental  
La Tierra-  
Fund. Albatros

Total de horas:  
1.5

**Nuestro Planeta:** El cambio climático es una realidad que ya está afectándonos a todos. Si deseamos, como sociedad, revertir y minimizar los daños del mismo y protegernos de las consecuencias del calentamiento global, debemos actuar con conciencia y convertirnos en agentes de cambio y preservación. En este programa nos esforzamos para educar a la sociedad en las tres erres: **R**educir, **R**eusar y **R**eciclar.

**Al Natural:** La Fundación Albatros, una veterana en Panamá en los temas de ecología y ambientalismo, y una de las pioneras en el esfuerzo por concienciar a la sociedad de la necesidad de cuidar el medio ambiente, colabora con Medcom generando conciencia sobre temas ambientales relevantes en América Latina. Se han producido 10 programas de 27.60 minutos para un total de 04:36:00 horas de contenido de excelente calidad técnica.

El grueso de las acciones relacionadas con la esfera de medio ambiente, aparecen en la página número 37 de este informe.





# VI. Plataforma con fines Sociales

## 1. Contenido Positivo

### (a) Apóyate en Mí

Como medios de comunicación masiva, entendemos que nuestras plataformas tienen el impacto para lograr cambios contundentes en la sociedad. Por eso, el programa social de Telemetro se enfoca en desarrollar soluciones sostenibles y dar una mejor calidad de vida a sectores vulnerables. Evaluando cuidadosamente varios casos sociales, el programa Apóyate en Mí, proporciona los medios o los instrumentos a asociaciones o comunidades, para que, en un esfuerzo conjunto, alcancen el bienestar integral.

Los clientes que apoyan esta iniciativa, son considerados benefactores y para ellos ofrecemos una comercialización especial en la que se incluyen: reportajes, menciones, entrevistas y una bonificación especial en sus rotaciones publicitarias. Además, se fomentan sus acciones de voluntariado en las comunidades escogidas.



### Apoyate en Mí

Total de horas:

1

Alcance:  
127,760  
personas  
promedio





*(b) Esa Cabellera Blanca*

Este emotivo proyecto, que cumple ya cuarenta años de emisión, destaca, a un grupo de madres panameñas de todas las provincias y comarcas indígenas. Las seleccionadas han de haber cumplido ya los ochenta años, y son ejemplo de dedicación, esfuerzo y honradez para sus hijos, nietos, bisnietos y para la sociedad entera.

Es uno de los programas más esperados de cada año y uno de los que más disfruta la teleaudiencia, emocionando por igual a grandes y a chicos.



**Esa Cabellera Blanca**

Total de horas:

6

Alcance:  
378,770  
personas  
promedio





(c) Calle 7 Panamá

Calle 7 es uno de los megaproyectos producidos y realizados por Telemetro.

Es un reality en el que se genera contenido dirigido a toda la familia a través de una competencia en la que las exigencias físicas y la sana diversión atrapan la atención del televidente. En sus diferentes segmentos Calle 7 pretende fomentar los aspectos positivos del trabajo en equipo y de un modo de vida saludable. Promoviendo el que los panameños se mantengan sanos y activos ejercitándose regularmente, promociona los deportes extremos y refleja los espacios recreativos y la cultura panameña. Además pretende despertar la conciencia social de los televidentes.

La onda de expansión del programa se ve reflejada en las comunidades, escuelas primarias y secundarias, ferias escolares, festividades comunitarias, fiestas de cumpleaños, etc. en las que grandes y chicos imitan las competencias, términos y actitudes de esfuerzo, trabajo duro, compañerismo y trabajo en equipo, característicos del programa.

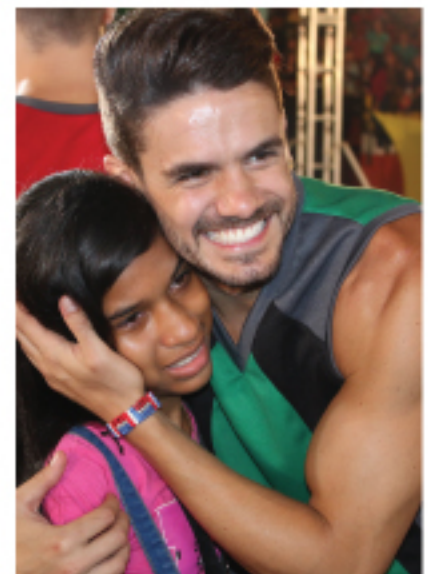
En el segmento "La Nota Humana," hombres y mujeres comunes les cuentan sus historias a aquellos participantes que los ven como ejemplos a seguir. Mientras en el segmento "Yo Lo Viví," los participantes son expuestos en situaciones que nunca han vivido, mostrando así su parte social y humana, y permitiendo al televidente identificarse con las personas que ve. Se hacen múltiples visitas a colegios, comunidades, hogares de la infancia llevando siempre los mensajes antes mencionados.

En Calle 7 el trabajo en equipo y la autosuperación son un acicate para los jóvenes de 12 a 17 años, nuestro principal segmento en audiencia. Además, tiene una gran aceptación entre los jóvenes entre 18 y 34 años y niños menores de 12 años.



## Calle 7

Total de horas:  
108:42  
Alcance:  
1,314,890  
personas  
promedio





#### (d) Historias de mi barrio

En alianza con la congregación MUVA (Ministerio para una vida abundante) se transmitieron 4 cortometrajes de contenido social producto de una de sus actividades de prevención de violencia en los barrios de Curundú, San Miguel, Viejo Veranillo y Cabo Verde.

Completamente escritos, producidos y actuados por jóvenes de esos sectores. Los cortos fueron transmitidos en el canal líder, en horario estelar, con introducción y despedida orientadora buscando generar consciencia en la sociedad completa sobre la realidad de barrios donde impera la violencia y la urgente necesidad de crear oportunidades para los jóvenes que en ellos residen.

Además, un jurado calificador premió a los ganadores de categorías de mejor actor, actriz, guión y en redes sociales se abrió una votación para el mejor documental.

Esta premiación se realizó en una sala de cine, donde también fueron proyectados los documentales, en presencia de importantes figuras del acontecer nacional e internacional.

#### (e) Caminos de esperanza

4 especiales transmitidos en horario estelar sobre el gran esfuerzo que realizan personas con discapacidad para lograr su rehabilitación, sus familiares y profesionales que los apoyan. Un retrato del Instituto de medicina clínica y rehabilitación construido con los fondos recaudados en la Teletón 20-30. **Total: 2 horas**



**i**  
**Historias de mi Barrio**

Total:  
41 mins  
Alcance:  
455,290  
personas  
promedio





*(f) Franjas Familiares, Variadas e Infantiles*

En Telemetro y en RPCTV se destinan conjuntamente al año un total aproximado de 2,866 horas de programación especialmente dirigida a los niños, jóvenes y a las familias.

Estas horas están distribuidas de la siguiente manera:

• *Películas Familiares*

De enero a diciembre, se presentan 6 franjas fijas de películas familiares los sábados y 3 franjas los domingos.

**Total: 884 horas.**

• *Películas Latinas*

En RPC TV y Telemetro apoyamos el desarrollo de la industria del cine local y latinoamericano por lo que se han dedicado espacios en horario estelar dentro del line-up de ambos canales. En 2014 RPC programó 11 títulos latinos en la parrilla. **Total: 22 horas.**

• *Franja Infantil Semanal*

RPC TV no se olvida de su compromiso con la niñez, y destina a los más pequeños de la casa un espacio de esparcimiento adecuado a su edad, en un horario que se adapta a ellos, a través de una franja infantil que abarca de lunes a viernes de 6:00 a.m. a 11:00 a.m. y los sábados de 6:00 a.m. a 10:30 a.m. **Total: 1942 horas.**

• *Pelaos con Salsa*

Formato de creación nacional que se emite de julio a agosto. Un programa familiar en el que se refuerzan las historias positivas de cada joven participante (liderazgo, formación, estudios, unión familiar) a través de un concurso de canto de género latino (salsa).

**Total: 18 horas.**

**Alcance: 856,870 personas promedio.**

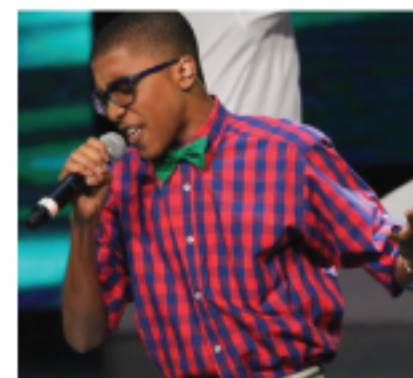


**Franjas Familiares**

**Películas  
Familiares**  
horas: 884

**Producciones  
latinas y  
panameñas**  
horas:  
22

**Franja  
Infantil**  
horas:  
1942





*(g) Transmisiones de carácter religioso*

Nuestra parrilla no se olvida del fervor religioso y la devoción del pueblo panameño. En 2014, se realizaron transmisiones en vivo de festividades religiosas como el Corpus Christi, y las fiestas de Santa Librada y de la Virgen del Carmen.

A través de RPC TV se transmite todos los domingos a las 6:00 a.m. el programa Abrid las Puertas al Redentor y a continuación, a las 6:30 a.m. Un Mensaje al Corazón; ambos programas católicos con mensajes positivos para iniciar la semana.

Por su parte, Telemetro transmite todos los días de lunes a viernes a las 5:45 am los mensajes Un minuto para Dios con mensajes motivacionales del sacerdote panameño Francisco Verar. **Total: 49 horas.**

- Un minuto para Dios
- La Rosa de Guadalupe / **269 horas**
- La Santa Misa / **52 horas**
- Películas Religiosas / **26 horas**
- Cita Eucarística / **2 horas**
- Documental Santa María La Antigua / xxx horas
- Procesión Atalaya / **2 horas**
- Serenata a la Virgen de Guadalupe
- Bendición Urbi et Orbi / **30 min.**
- Mini serie La Biblia / **10 horas**
- Misa de Pascua desde El Vaticano / **2 horas**
- Canonización desde El Vaticano / **2 horas**
- Canonización desde la Basílica Don Bosco / **1.5 horas**
- Corpus Christi / **2 horas**
- Concierto Divina Misericordia / **2 horas**

*(h) Contenido Radial*

- Juventud RPC

Es un espacio radial abierto a la participación de los jóvenes, sobre todo estudiantes universitarios, que al ser escuchados se convierten en gestores de cambios sociales.



**Franjas Religiosas**

**Transmisiones**  
horas: 49





- Derecho de Familia

Mariela Ledezma, especialista en derecho familiar se emiten rotativamente consejos sobre derecho de familia, incluyendo los siguientes temas:

- Igualdad de los hijos ante la ley
- Guarda y crianza
- Establecimiento de la pensión alimenticia
- Violencia doméstica

(i) *Historia, Civismo, Folklore y Cultura*

- Historia:

- **Espejo de un país:** Serie de 8 documentales de carácter histórico y de enorme vigencia por conmemorarse en 2014 los 100 años del inicio de operaciones del Canal de Panamá. Con una extraordinaria calidad técnica se hizo un recuento histórico que inició con el descubrimiento del Mar del Sur en 1513 y se recorre toda la historia del Canal de Panamá hasta el presente cuando está próximo a inaugurar su ambiciosa y prometedora ampliación, que incrementará los servicios para el comercio mundial. Un contenido de este tipo, en horario estelar en el canal líder, Telemetro, fue el mensaje principal de la importancia que nuestra esencia histórica tiene para todos. **Total: 1.5 horas.**

- **9 de Enero: El día en que Panamá dijo presente.** Al recordar los 50 años de la gesta patriótica del 9 de enero de 1964, se transmitió una serie de 4 capítulos que de forma dramatizada narra los hechos del "Día de los Mártires". **Total: 2 horas.**

- **Panamá: el país que unió al mundo.** Documental de History Channel sobre la construcción del Canal de Panamá Transmitido al conmemorarse los 100 años de esta obra de ingeniería. **Total: 2 horas.**

### Espejo de un País

horas: 1.5

### 9 de Enero: El día en que Panamá dijo presente

horas: 2

### Panamá: el país que unió al mundo

horas: 2





- **Gala Centenario del Canal de Panamá.** Espectáculo musical, transmitido en directo, que narra la historia del canal y los hombres y mujeres que trabajaron en la construcción y su operación, desde 1914 hasta la actualidad. **Total: 1 hora.**



- **Civismo:**

- **Himno Nacional:** Se transmite diariamente, como marca de inicio de programación, a las 5:00 a.m. se transmite el Himno Nacional de Panamá.

- **Desfiles Patrios:** Transmisión en directo de los desfiles en honor a la patria. **Total: 6 horas.**

- **Cobertura Electoral:** Cada 5 años las elecciones se convierten en un reto informativo no solo por dar cobertura a las propuestas y actividades de los candidatos tanto presidenciales, como al resto de los puestos de elección, sino porque el empoderamiento ciudadano y el conocimiento de sus derechos cívicos, fortalecen la democracia y es responsabilidad de los medios contribuir al sostenimiento de ese principio rector de la patria. En ese sentido, toda la plataforma de medios Medcom, bajo la marca VOTO 2014, preparó la más completa cobertura del país que incluyó, entre otros:



- **ABC Electoral:** Segmento de información sobre las características, normativa legal vigente y detalles de las elecciones nacionales.



- **Debates Presidenciales:** transmisión en directo de 6 debates presidenciales con sus posteriores espacios de análisis de propuestas.

- **Debates Alcaldicios:** transmisión en directo de 2 debates de los principales municipios del país a través de RPC TV y Telemetro respectivamente.





• **Reporteros Electorales:** proyecto cívico con los objetivos de empoderar a los ciudadanos en la participación activa durante las elecciones, hacer accesible nuestra plataforma informativa para las denuncias de los ciudadanos, promover la ética ciudadana y colaborar activamente en la vigilancia que fortalece la democracia. Con más de 300 ciudadanos inscritos en todo el país, incluyendo las comarcas indígenas, y capacitados sobre la normativa vigente para la contienda electoral, se recibieron más de 900 denuncias a través de la red nacional de reporteros electorales y de una línea telefónica habilitada por Medcom para este fin. Las denuncias fueron entregadas a la Fiscalía Electoral.



• Folklore y Cultura Nacional

• **Semilla de Cantores: (enero – marzo) 25 horas.** Con el interés de fomentar en los más jóvenes el interés por el canto de las décimas, este programa familiar incentiva el talento de los niños que concursan, y promueve el conocimiento de este estilo de canto vernacular, los instrumentos utilizados y el estilo de composición, contribuyendo así a la supervivencia de nuestras tradiciones.



• **Desfile de las Mil Polleras: 2.5 horas.** El traje nacional de Panamá es el más bello del mundo, y en el Desfile de las Mil Polleras se exalta y se muestra todo su esplendor. En la retransmisión en vivo desde la ciudad de Las Tablas, cuna del folclor nacional, los televidentes pueden apreciar la importancia de un legado que ha pasado de generación en generación.



• **A lo Panameño: 44 horas.** Programa semanal que resalta las manifestaciones culturales y vernaculares, incluyendo segmentos, entrevistas, y reportajes. También incluye transmisiones especiales en directo desde las más relevantes festividades folklóricas.











TODOS  
SOMOS  
medcom®



- **Impulso al teatro:** Mall TV desarrolla una importante alianza con salas de teatro con el fin de promover este arte a través de la divulgación de las puestas en escena que se realizan en Panamá. Coberturas, reportajes y entrevistas acuerpan las iniciativas teatrales para el surgimiento de nuevos talentos, fortalecimiento de los actuales y promoción de las salas.

*(j) Contenido para apoyo Social*

Siguiendo con nuestro enfoque comunitario, Telemetro desarrolla otras actividades en distintos programas y con diferentes formatos televisivos para potenciar talentos y capacidades y paliar las necesidades más acuciantes de nuestros compatriotas.

- **Agua para Azuero.** La contaminación del río que abastece de agua potable a las provincias de la península de Azuero, generó la imperiosa necesidad de surtir de agua embotellada a la población de esta región. Telemetro movilizó una campaña llamada “Agua para Azuero” que logró recoger en las instalaciones de Medcom un total de **19233 unidades de botellas, 310 galones, y 6 garrafones** de agua embotellada que fue almacenada y distribuida por la **Cruz Roja de Panamá**.

- **De Frontera a Frontera.** Espacio de divulgación especial para los 77 municipios de Panamá. Una alianza de Medcom que abarca la producción de reportajes, entrevistas grabadas y en directo y programas especiales para dar a conocer las necesidades de los municipios. La cobertura de pequeños distritos alejados, en sectores de pobreza y difícil acceso, representa un hito en la radio, televisión por cable, televisión abierta y redes sociales, que solamente suelen cubrir los distritos con mayor población. Esta alianza vino acompañada de la producción de 4 mensajes sociales sobre la correcta disposición de la basura, uno de los problemas que más enfrentan los municipios a nivel nacional.





- **Realización del concurso 'Super chef'**, en conjunto con la Embajada de Estados Unidos por tercer año consecutivo, en el cual estudiantes de escasos recursos participan por ganarse una beca completa para estudiar la carrera de chef.

- **Apoyo a la banda musical del colegio José Daniel Crespo** de Chitré, para que pudieran viajar a Estados Unidos. Entrevistas, menciones y reportajes dieron a conocer el caso lo que provocó donaciones y aportes para lograr esta participación internacional.

- **Entrega de canastas de alimentos** a televidentes en barrios de clase económica baja, por parte del programa Tu Mañana.

- **Fiesta de Navidad** realizada por el programa Tu Mañana para los niños del Orfanato San José de Malambo en alianza con la sala de fiestas infantiles Playdate.

## 2. Alianzas de Contenido

- *Teletón 20-30:*

27 horas de transmisión en directo del espectáculo artístico y motivacional que organiza el Club Activo 20-30 anualmente. Su objetivo es generar fondos a favor de diversas causas sociales, dirigidas siempre a mejorar la calidad de vida de infantes. Para esta transmisión, MEDCOM aporta sus recursos técnicos y humanos con un total de más de 27 horas hombre al servicio de esta puesta en escena y que incluye los departamentos de Operaciones, Ingeniería, Producción, Mercadeo, Escenografía, Gestión de Talentos y Servicios Informativos.

- *Causa Común:*

Programa mensual especializado en divulgar acciones de Responsabilidad Social en Panamá.







## Tranmisiones

### Telemetro

#### Pelaos Con Salsa 2014

Universo P3+

Alcance de Acumulado (Personas):  
856,870

#### Proyecto Estrella 2014

Universo P3+

Alcance de Acumulado (Personas):  
289,210

#### Semilla De Cantores 2014

Universo P3+

Alcance de Acumulado (Personas):  
901,489

#### • Proyecto Estrella:

Es una competencia de canto con un formato dinámico y fresco, realizada desde hace 10 años por el Club Activo 20-30 de Panamá y que tiene como único objetivo promover los valores en la juventud. Proyecto Estrella se ha convertido en semillero y catapulta de talento joven, siendo Anarkelis Arias prueba de esto, ya que participó y ganó Proyecto Estrella 2013 y en 2014 se convirtió en la ganadora de la 2da generación de Pelaos con Salsa, programa transmitido en Estados Unidos y varios países de Latinoamérica.

• Otros contenidos son presentados a la audiencia gracias a diversas alianzas:

- Parada de Navidad (Alcaldía de Panamá) / **1 hora**
- Concierto de Disney / **1.5 horas**
- Super Libro / **26 episodios**
- Desfile Día del Niño (Alcaldía de Panamá) / **3 horas**

### 3. Alianzas Comerciales con Fines Sociales

#### Programas de Aporte Social:

Por su liderazgo en audiencias y en ejecución de RSE, los medios se convierten en perfectos aliados de nuestros clientes para la implementación de sus iniciativas de mercadeo social o mercadeo con causa, así como sus proyectos de RSE.

#### (a) *Mc Donald's / McDía Feliz 2014*

Mc Donald's realiza esta actividad para apoyar y mantener las operaciones de la Casa Ronald Mc Donald en Panamá a través de la venta de Big Mac's. Un año más, participaron las figuras de nuestras pantallas y reforzamos la divulgación con pases en vivo, entrevistas y reportajes y una bonificación especial en la pauta de la promoción de convocatoria del evento.

#### (b) *Premio al Desarrollo Sostenible Odebrecht*

Como un llamado a los jóvenes universitarios para generar conciencia de la importancia de buscar soluciones a los problemas sociales del país, se incentiva la búsqueda





## Premios Odebrecht

### Telemetro

Duración:  
2 horas

imaginativa de proyectos sostenibles para dichas necesidades. Por cuarto año consecutivo, Telemetro integró esta alianza que incluyó la transmisión en vivo de la ceremonia de premiación, reportajes en los noticieros, entrevistas y menciones en programas regulares e informativos.

### *(c) Concurso Nacional de Oratoria Cable & Wireless-Caja de Ahorros-MEDUCA 2014*

El Concurso Nacional de Oratoria en su 10ma edición, tuvo como tema principal: "Panamá, el país que yo quiero construir", en conmemoración de los 100 años de nuestro Canal. En este concurso, que paraliza a todo el país, estudiantes de las diferentes regiones de Panamá se miden para demostrar su dominio de la palabra y la improvisación.

El Concurso Nacional de Oratoria, y los valores que transmite se han convertido en un éxito mediático y en el proyecto educativo de mayor alcance en nuestro país. Siendo uno de los programas más gustados por las familias panameñas, RPC formó parte este año de esta gran transmisión y de su producción televisiva.



## Concurso Nacional de Oratoria

horas: 4

## 4. Contenido de Proveedores Externos

### *(a) Albatros*

Esta fundación ofrece reportajes que muestran el extraordinario tesoro de biodiversidad, medio ambiente y patrimonio natural que posee Panamá. Estos reportajes están realizados con una extraordinaria calidad técnica y audiovisual. Se transmitieron 20 programas de 30 minutos para un **total de 10 horas**.

### *(b) Causa Común*

En este programa mensual, que dura media hora y es presentado por personalidades expertas en el campo de la comunicación y la responsabilidad social empresarial, se presentan las iniciativas de las empresas locales en este campo y se muestran los esfuerzos de las empresas por contribuir al desarrollo social a través de la RSE. **6 horas anuales**.





*(c) Nuestro Planeta*

Es presentado por una de las figuras más relevantes en los temas de protección ambiental de Panamá: Raisa Banfield. Su contenido se orienta hacia la preservación de los recursos naturales y la biodiversidad y pretende crear conciencia medioambiental en los televidentes. **6 horas anuales**



*(d) Tu Canal al Día*

El Departamento de audiovisual de la Autoridad del Canal de Panamá produce este programa informativo para que el público en general conozca los entresijos del funcionamiento del Canal de todos los panameños, y las actividades sociales y culturales más relevantes que el Canal realiza. También se incorporan segmentos informativos y de consulta, además de información sobre entretenimiento y turismo interno. **6 horas anuales.**



*(e) Buena Idea*

En este programa mensual se destaca la responsabilidad social empresarial de distintas empresas, tanto nacionales como internacionales. **4.5 horas anuales.**

*(f) Papeto*

Papeto es un programa infantil animado de producción nacional. En el se destaca la formación en valores y el buen comportamiento de los niños **52 horas anuales**

## 5. Divulgación de Mensajes

### SUMÁNDONOS

Todas las organizaciones no gubernamentales que necesiten el apoyo de Medcom pueden hacer uso de espacios de tiempo aire de cortesía a través de SUMÁNDONOS.

Sumándonos es un sistema multimediático de apoyo social, mediante el cual las ONG's, siempre que cumplan con los requisitos de uso, pueden comunicar sus actividades sociales, deportivas, culturales y educativas.





Las ONG's, después de solicitar nuestra colaboración, según la metodología y las condiciones previamente establecidas, e incluyendo en sus piezas apoyo a las personas con discapacidad auditiva, pueden divulgar de forma gratuita sus mensajes, entrevistas, menciones y cápsulas desde nuestros espacios rotativos comerciales y nuestros programas, tanto de radio como de televisión abierta y por cable.

<b>Año</b>	<b>Campañas Pautadas</b>	<b>Reportajes</b>	<b>ONG's Beneficiadas</b>	<b>Coberturas</b>
<b>2014</b>	<b>69</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>49</b>
<b>2013</b>	<b>83</b>	<b>113</b>	<b>113</b>	<b>33</b>
<b>Incremento</b>	<b>-16.86%</b>	<b>27.43%</b>	<b>27.43%</b>	<b>48.48%</b>

### 6. Voluntariado MEDCOM

El esfuerzo voluntario de todos los trabajadores y colaboradores de Medcom se coordina a través de un comité conformado por seis colaboradores. Uno por cada uno de los seis departamentos de la empresa. Todas las actividades, convocatorias y metas son definidas por este equipo y comunicadas al resto de los voluntarios.

SUMARSE es una organización sin fines de lucro que se dedica a fortalecer los conocimientos y a mejorar las estrategias de la Responsabilidad Social Empresarial. Para implementar metodologías que permitan mejorar tanto el número de voluntarios como la cantidad de horas que se dedica al voluntariado, el año pasado el personal responsable de la estrategia de RSE de Medcom participó durante 40 horas en la Mesa de Voluntariado Corporativo que SUMARSE coordina.





# ESFERA LABORAL





### **Principio No.3**

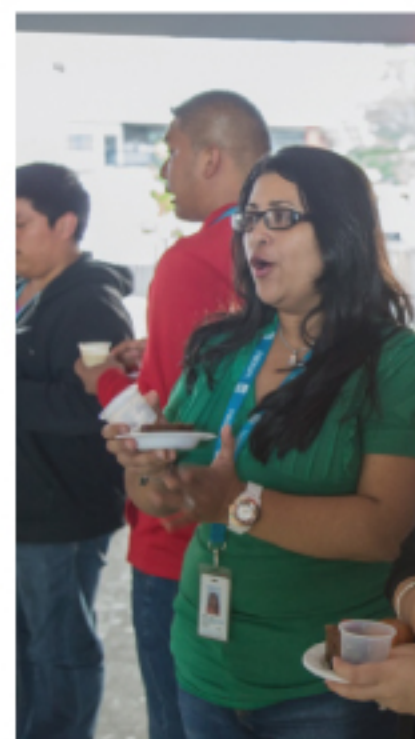
Apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo de derecho a la negociación colectiva.

# I. Derecho a Asociación y Beneficios

En el artículo 20 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, redactada en 1948, se establece que las personas tienen derecho a la libertad de reunión y asociación pacífica. En Panamá, este derecho se recoge en el Libro III del Código de Trabajo. Medcom respeta este derecho universal, al igual que respeta todos los acuerdos y los convenios alcanzados por el Sindicato de trabajadores de la Corporación Medcom Panamá (SITRACOMEPE).

La Convención Colectiva de Trabajo (CCT) está vigente hasta el año 2015 y se revisa y renueva cada cuatro años.

Esta CCT, que se registró el 21 de octubre de 2011, fundamenta los aspectos relacionados con la salud, la seguridad industrial, y la capacitación de los trabajadores; asimismo les garantiza cobertura con un seguro de vida, aumentos según antigüedad y salario, bonos navideños, ayudas para adquirir anteojos, apoyo para matrimonios, nacimientos y defunciones. También se ofrece reconocimientos a los colaboradores que culminan estudios universitarios, participación en las utilidades y oportunidad para el sano esparcimiento en ligas deportivas y actividades familiares.





# II. Aspectos Laborales

## 1. Capacitación y Desarrollo

Conscientes como somos en Medcom de que nuestro mayor activo es nuestro capital humano, y deseando que su experticia y sus capacidades se incrementen, la Gerencia de Gestión Humana invirtió en 2014 un total de **\$309,359.35**, que benefició a **550 colaboradores** en los siguientes pilares de ejecución organizacional:

- **Desarrollo Gerencial:** Programas Gerenciales, Diplomados, certificaciones enfocadas en el fortalecimiento de capacidades/habilidades de liderazgo, estrategia y administración gerencial.
- **Desarrollo de Mandos Medios:** Seminarios, Diplomados enfocados a desarrollar en los nuevos líderes las capacidades/habilidades de manejo de personal, liderazgo organizacional, inteligencia emocional para la gestión de equipos de trabajo.
- **Perfeccionamiento Técnico:** Capacitaciones dirigidas a la actualización y aprendizaje de habilidades y conocimientos técnicos como; EXCEL, Curso JavaScript, AJAX, Curso de EVS, Entrenamiento Tx DTV Rhode & Schwartz, Curso de After Effects, Trabajo en Alturas, Manejo de Cámaras SONY, entre otros.
- **Creación de Cultura:** Sesiones de Capacitación a través de Programa CRECER que ya cuenta con cuatro (4) años ininterrumpidos de formar a los colaboradores en temas para su desarrollo personal y profesional como Trabajo en Equipo, Comunicación, Servicio al Cliente, Inteligencia Emocional, Conversaciones Cruciales, Equipos de Alto





Desempeño, entre otros, ahora con una duración de tres (3) horas para con mejor contenido y asimilación de los participantes.

- Talleres de Cuerdas: Sesiones de integración de equipos de trabajo, con miras a trabajar en los mismos aquellos aspectos/factores importantes para la mejora del Clima Laboral de las áreas.

La formación a periodistas estuvo dirigida a proveer el conocimiento en diferentes áreas de este ramo de la comunicación, contando con el apoyo del Centro Latinoamericano de Periodismo (CELAP) en materia de becas con temas como: "La Ruta del Narcotráfico, Crimen Organizado y Narcopolítica," "Cómo confeccionar especiales Multimedia", "Panamá 2014: herramientas para una elección abierta y transparente", "Periodismo Cívico: Taller de Cultura Ciudadana", "El Poder del Dinero en Campaña Política". También se tuvo participación en el Proyecto CUIDA TU VOTO del ICFJ-CONNECTAS- CELAP, que contó con más de 24 horas de formación en "Periodismo de Investigación, Periodismo de Datos y Open Data". Además, Medcom becó a 5 periodistas en el Diplomado RSE para Periodistas, organizado por SUMARSE, con el aval de la Universidad de las Américas (UDELAS).

## 2. Reclutamiento, Selección, Igualdad de Oportunidades

En la cláusula N° 15 de la CCT se lee que 'cuando en la empresa se produzcan ascensos o vacantes, se tomarán en cuenta los trabajadores más antiguos y eficientes para la selección, pero se reserva el derecho de seleccionar, tomando en consideración los mejores intereses de la empresa'.

En 2014 se realizaron 351 contrataciones. Durante este período, **96 vacantes fueron ocupadas por candidatos internos** o colaboradores y 255, por candidatos externos.



### Capacitaciones

**Repartidas  
en 550  
trabajadores**  
Inversión:  
\$309,359.35



## Porcentajes por Género

al 31 de diciembre 2014.

Tipo de Puesto	#	%	Tipo de Puesto	#	%	Total
Directores Adjuntos	7	88%	Directores Adjuntos	1	13%	8
Gerente Senior	6	50%	Gerente Senior	6	50%	12
Gerente	14	47%	Gerente	16	53%	30
Jefes	51	47%	Jefes	58	53%	109
Total	78	49%	Total	81	51%	159

## Fuerza Laboral

Totales		Totales		Total
#	%	#	%	
548	59%	382	42%	930



### 3. Bienestar del Empleado

Como complemento para un desarrollo humano completo, Medcom desarrolla actividades de diversión y esparcimiento para sus empleados. Entre ellas, las más gustadas siempre han sido las deportivas.

En 2014 se organizó un torneo de billar y contó con la participación de **10 colaboradores**, igualmente se contó con la participación de **2 equipos de cayucos integrados por 4 colaboradores cada uno**.

En cuanto a la liga de fútbol la misma contó con la participación de **168 colaboradores**, de los cuales 120 correspondían a la categoría masculina y 48 a la femenina. Asimismo se organizó un cuadrangular de baloncesto, con **4 equipos de 10 jugadores cada uno**.

	Equipos	Colaboradores
Fútbol Masculino	10	120
Fútbol Femenino	4	48
Baloncesto	4	10
Billar	-	10
Cayucos	2	4



# ESFERA AMBIENTAL





### **Principio No.7**

Apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.

### **Principio No.8**

Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

## **I. ESTRATEGIA VERDE**

En el año 2012 Medcom ingresó en el Programa de Ecoeficiencia Empresarial que SUMARSE organizó. Anteriormente, ya la empresa había trabajado en iniciativas de promoción y divulgación y acciones ambientales.

El Programa de Ecoeficiencia Empresarial hizo que la empresa tuviera una mayor conciencia de los efectos ambientales de sus operaciones. Para paliar los mismos, se nombró a una persona encargada de temas medioambientales y de eficiencia, implementando, a la vez, medidas internas que coadyuvan a minimizar la huella de carbono que la empresa deja.

La Coordinadora de Servicios Administrativos asiste a presentaciones y capacitación continua para reforzar conocimientos y actualizarse. Identificando continuamente oportunidades para mejorar la eficiencia ambiental de nuestras operaciones.





## 1. Huella de Carbono

Medcom mantiene el compromiso para realizar acciones que reduzcan, mitiguen y compensen la Huella de Carbono.

En el 2014 Medcom continúa ofreciendo su reporte anual de Huella de Carbono Corporativa. En los años venideros, 2015- 2016, se implementarán acciones enfocadas a mejorar la ecoeficiencia empresarial. También se tratará de compensar el impacto ambiental provocado por los gases de efecto invernadero.



Año	Alcance1	Alcance2	Total
2014	1461	4595	6056
2013	1120	4526	5646
2012	944	5280	6224
2011	1045	3519	4564

## 2. Apropiado Manejo de Desechos

### *Pilas, baterías y bombillos*

Durante todo el año 2014, continuamos el programa 'Ponte las pilas con las pilas', en el que trabajamos para descartar correctamente esos insumos altamente contaminantes.

En todas las secciones de nuestro edificio contamos con contenedores adecuados para la recopilación de pilas y batería usadas que posteriormente son trasladadas a lugares apropiados para descarte.

Año	Cifra de Colecta Acumulada de Pilas y Baterías
2014	570
2013	491
2012	193
2011	190

Año	Cuadro de Material Recogido por Tour Reciclaje (En Libras)
2014	1734.5
2013	694
2012	702
2011	694

Además, firmamos el acuerdo "Ponte vivo con tus bombillos" que promueve la reparación y disposición ambientalmente correcta de los focos fluorescentes, a través de la Alianza Contaminación Cero. Con este acuerdo, Medcom logró un total de 7.07 (CO<sup>2</sup>e) de toneladas equivalentes de CO<sup>2</sup> reducidas por el apropiado manejo de las lámparas fluorescentes.



### Contaminación Cero

**Reducción de 7.07 (CO<sup>2</sup> e)  
Apropiado Manejo de Lámparas Fluorescentes**



### 3. Acción y Divulgación

**Telemetro Reporta Verde:** Es un segmento semanal que pasa en el noticiero televisivo Telemetro Reporta. **52 segmentos con hasta 4 rotaciones semanales.**

**Día de la Tierra:** El 22 de abril es el Día Internacional de la Tierra y en colaboración con la ANAM (Autoridad Nacional del Ambiente) se le dio amplia difusión a través de **reportajes de radio y tv, transmisiones en directo y de la entrega de 200 plantones,** en la vía pública, a conductores y transeúntes.

**Tour del Reciclaje:** Con esta actividad Medcom pretende incentivar a los estudiantes a las prácticas de reciclaje y reutilización de los recursos, identificando y clasificando los desechos apropiadamente. En esta actividad participan los colegios cercanos a nuestras instalaciones: Francisco Arias Paredes, Comercial Panamá y el Instituto América que lograron reciclar un total de **1,734.5 libras** de materiales.

**Feria Yo Reciclo:** Las Ferias Yo Reciclo son un espacio abierto para el aprendizaje y para generar una conciencia comprometida con la protección del medio ambiente, tanto en niños como en adultos. Además de estimular la participación voluntaria de los participantes en distintas actividades de protección de la naturaleza.

El evento de las Ferias Yo Reciclo es organizado por Robamorena, que utilizando la plataforma multimedios de Medcom, difunde ampliamente cada una de las convocatorias a las ferias mensuales que, en 2014, recibieron **21 entrevistas, menciones mensuales** para cada versión y **coberturas** para noticieros y programas de contenido local.





# ESFERA ANTICORRUPCIÓN





### **Principio No.10**

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

# I. CUMPLIMIENTO DE NORMATIVAS LEGALES

## 1. Derecho de Autor y Propiedad Intelectual

La Constitución Política de la República de Panamá, el Código Penal y la Ley N° 15 del 8 de agosto de 1994 y el Decreto N° 261 del 3 de octubre de 1995 (que regula esta última ley) y la Ley N° 64 del 10 de octubre de 2012, entre otros, reglamentan la protección a los derechos de autor, la propiedad intelectual y los derechos de propiedad industrial.

En reconocimiento de la legislación vigente, en Medcom todos los contratos de trabajo sean éstos de carácter definido o indefinido y los contratos de servicios profesionales, así como las obras por encargo o invenciones de empresa, hacen clara referencia a los derechos morales de los autores y los derechos patrimoniales de la empresa. A la vez que, a través de su ejemplo, insta a terceros a sostener y mantener estos parámetros de respeto.

### *(a) Contratos de Alquiler de Espacio*

En Medcom no solo se persigue el cumplimiento de la ley, sino ir generando conciencia en los productores de espacio acerca de la necesidad de respetar la legislación vigente, y lo importante de extender esas buenas prácticas a la cadena de valor de la empresa.

De esta manera, a través de los contratos de alquiler de espacio los productores han de obtener los permisos y autorizaciones respectivas, que incluyen pero no limitan la autorización por el uso de obras, música, interpretaciones y materiales sujetos al derecho de autor y a la propiedad industrial que son incluidos en cada programa.



Cada productor también se obliga a obtener todos los correspondientes permisos y autorizaciones que, sin ser limitantes, en materia civil, comercial, intelectual, laboral, ambiental o de cualquier otra naturaleza, deba adquirir por razón de la producción, transmisión y comercialización de sus programas.

### *Licencia de Uso*

Los acuerdos firmados con la Sociedad Panameña de Productores Fonográficos (PRODUCE) y la Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC) garantizan el ejercicio de los derechos morales y patrimoniales de sus asociados así como la protección de las obras correspondientes. **Acuerdos de autorización de ejecución pública de obras musicales en emisoras del Grupo Medcom:** en atención a Convenio suscrito entre la Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC) y la Asociación Panameña de Radiodifusión (APR).



## II. CUMPLIMIENTO EN LA CADENA DE VALOR

Medcom se compromete siempre a trasladar conocimientos y responsabilidades hacia su cadena de valor. Los contratos y las diferentes herramientas legales internas extienden las obligaciones de respeto y entendimiento a los proveedores.

En seguimiento a los términos marcados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos nuestros contratos establecen que cada contratante deberá declarar, ante la Caja del Seguro Social, al personal que bajo su responsabilidad labore. De la misma manera deberá comprometerse a pagar completa y puntualmente la cotización obrero-patronal correspondiente. Medcom exige que se le presente, mensualmente y al día los recibos que comprueban estos pagos.

Solicitamos también a los productores externos de contenidos (de la misma manera que al resto de la cadena de valor de producción)



el respeto al Acuerdo de Autorregulación de los Medios (Resolución AN N°4201-RTV de 6 de enero de 2011 de la ASEP)

*(a) Contratos de Producción/Autorregulación*

En apoyo a sus labores de protección del consumidor, Medcom exige a sus productores que firmen la declaración de entendimiento y conocimiento del supracitado Acuerdo de Autorregulación, que fue firmado entre los medios y la ASEP.

## III. PROCESOS JUDICIALES

Es precisamente la Autoridad de los Servicios Públicos (ASEP) junto con la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia las instancias que reciben y le dan curso a las denuncias de los ciudadanos presuntamente afectados por el ejercicio empresarial.

Todas estas medidas coadyuvaron a que en el 2014 no se reportara ninguna denuncia ciudadana o de clientes ante las autoridades antes mencionadas





# IV. CONVENIO DE CONTENIDO SOCIAL

- **Teletón 20-30 2014:**

MEDCOM, un año más, se constituyó Patrocinador Oficial de esta importante y sensible causa. En el 2014, se brindó doble patrocinio, por parte de las pantallas Telemetro y RPC. Además de un monto extraordinario por parte de la Dirección Multimedia para las estaciones de radio de la cadena. También se incluyó el acuerdo como productor de la transmisión de la Teletón 2014.



- **Convenio con United Way / Fondo Unido de Panamá:**

En este convenio, que estará vigente hasta el año 2015, MEDCOM ofrece tiempo aire en televisión para que United Way, disponiendo del mismo, lo ofrezca a patrocinadores con el objetivo de financiar el funcionamiento de los 23 centros de alcance que se encuentran en sectores vulnerables de las ciudades de Panamá, San Miguelito y las provincias de Darién y Colón.



United Way Panamá

- **Apoyo Legal a Movimiento Nueva Generación (MNG):**

En el año 2014, se brindó asesoría legal en materia laboral al Movimiento Nueva Generación, para el mejoramiento de sus contratos de trabajo, tanto definidos como indefinidos. Esta **asesoría fue brindada de forma voluntaria y gratuita.**

Igualmente, la empresa mantuvo el apoyo con la divulgación del Mundial del Barrio, proyecto social, cuyo principal objetivo es incentivar el deporte en niños, niñas y jóvenes en riesgo social.



# V. TRANSPARENCIA

## 1. Acciones Nominativas

Deseosos de cumplir a cabalidad con los más altos estándares de calidad y transparencia de las instituciones financieras nacionales e internacionales, todas las transacciones comerciales son realizadas con ética y transparencia.

Además, todo el capital accionario es emitido de forma nominal, de modo que todos y cada uno de los accionistas pueden ser identificados.

## 2. Cumplimiento 100% en el pago de los impuestos

Nuestro grupo se caracteriza por ejecutar puntual y responsablemente nuestros compromisos financieros con el fisco del estado panameño. Por ello nos mantenemos actualizados con las últimas normas fiscales y mejoramos continuamente los controles y los procesos en cada una de las empresas de la empresa.

## 3. Auditoría Externa al 100% de las Empresas del Grupo

El crecimiento sostenible de nuestra empresa solo es posible a través de la rectitud en los sistemas y controles fiscales internos. Por eso se realizan distintas auditorías externas, en las cuales se revisan cuidadosamente todas las operaciones financieras, las transacciones y demás.





Comunicación de Progreso, Cumplimiento del Pacto Global  
Naciones Unidas 2014

Informe preparados por la Dirección de Asuntos Corporativos de Corporación Medcom ©



medcom.