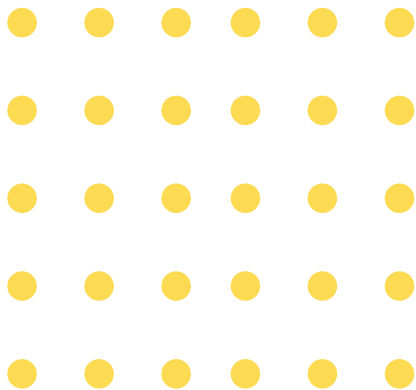




medcom[®]

INFORME DE
SOSTENIBILIDAD 2025



ÍNDICE

1
3
4
10
18
24
25
31
46
50
56



CARTA DEL VICEPRESIDENTE

ACERCA DE ESTE INFORME

1. Medcom: quiénes somos y cómo generamos impacto
 2. Enfoque de sostenibilidad
 3. Gobernanza, ética y cumplimiento
 4. Nuestros Impactos
 - 4.1 En nuestra gente
 - 4.2 En nuestros contenidos
 - 4.3 En nuestra sociedad
 - 4.4 En nuestro entorno
 5. Índice de Contenidos GRI
- 
- 

CARTA DEL VICEPRESIDENTE GENERAL

En un mundo cada vez más polarizado, es urgente para los medios de comunicación y la sociedad en su conjunto, mantener los niveles de balance y ecuanimidad que requieren nuestros tiempos.

En Medcom estamos plenamente conscientes de que la fuerza de la televisión, la radio y las plataformas digitales debe estar al servicio de la construcción solidaria de una sociedad cohesionada y enfocada hacia el desarrollo sostenible y la generación de bienestar integral para todos los ciudadanos.

Por eso asumimos con convicción ese rol, partiendo de nuestro propósito de **generar contenidos relevantes que conectan con Panamá**, porque hablamos de una conexión que parte de conocer y entender a nuestras audiencias, de sentir como propias sus inquietudes y de colaborar de maneras concretas y directas en sus soluciones, a través de lo que sabemos hacer: comunicar con eficiencia, profesionalismo y cercanía.

Cada contenido, sea informativo o de entretenimiento, está desarrollado partiendo de la base del ser humano que lo recibirá, pero sin perder de vista el conjunto de la sociedad que decodificará de maneras diversas cada mensaje. Es nuestra responsabilidad actuar en concordancia con la responsabilidad de comunicar sobre la base de la vida en paz y comunidad que deseamos para todos.

Nuestros contenidos, especialmente los informativos y noticiosos, se hacen eco de los principales problemas que aquejan al país, desde las denuncias a nivel comunitario -dando voz y visibilidad a pequeñas comunidades, democratizando nuestros medios- hasta aspectos de mayor complejidad como las variables socio-político-económicas, la corrupción, el respeto al estado de derecho, la participación ciudadana, el entendimiento público de los engranajes y políticas del Estado, entre muchos otros.

Tenemos una visión clara del impacto de nuestros contenidos en el ejercicio de la democracia y de las instituciones sobre las cuales se sostiene y actuamos en concordancia para su fortalecimiento y para que el ciudadano pueda formarse sus propios criterios basados en la pluralidad de voces -con sus discrepancias y visiones diferentes- porque eso permite ideas mejor nutridas, menos sesgadas y polarizadas.

Y en el acompañamiento constante que hacemos a familias, hombres, mujeres, niños, niñas o jóvenes que escogen nuestras frecuencias de radio y televisión, páginas en internet y cuentas en redes sociales, tenemos como principal mandato el respeto para cada tipo de audiencia y hacia las normativas vigentes que regulan nuestro desempeño.

Pero más allá de los mandatos legales, creemos en la responsabilidad y la autorregulación que nos permite ofrecer espacios apropiados para cada audiencia y horario; plataformas sobre las cuales construimos nacionalidad, fortalecemos cultura y tradiciones, fomentamos participación y ciudadanía responsable, promovemos un consciente ejercicio de la democracia con sus derechos y deberes, enaltecemos el país en el que vivimos y nos esforzamos por mejorarlo desde nuestras tareas.

El 2025 marcó los 20 años de creación de nuestra Plataforma Sumándonos, una estructura multimedios que permite la divulgación gratuita de causas sociales en todos nuestros espacios disponibles, dando atención personalizada a cada ONG que se beneficia de este tiempo aire de cortesía y de la asesoría que brindamos para un mayor impacto de sus mensajes. Esta estructura de divulgación social se ha desarrollado más recientemente a través de la Fundación Medcom.

También el 2025 fue de gran relevancia en los aspectos ambientales pues, tras un proceso interno de ordenamiento de la data existente, identificación y visibilización de la nueva, así como los análisis pertinentes, Medcom recibió la certificación Reduce Tu Huella Corporativo – Carbono (RTH Corporativo – Carbono) otorgada por el Ministerio de Ambiente.

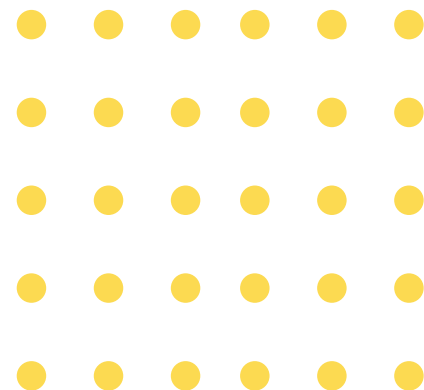
Una herramienta que, como indican sus objetivos busca “...identificar, calcular, reportar y verificar la huella de carbono dentro de los límites de organizaciones públicas, privadas y de



la sociedad civil en la República de Panamá.” Este interesante ejercicio y sus resultados fueron públicamente elogiados por el propio Ministro lo que representa un hito relevante y un espaldarazo a las acciones que forman parte de la estrategia ambiental de Medcom.

Todo lo anteriormente descrito y señalado confirma el compromiso institucional de la empresa con el manejo ético de la información, pero también en todas sus relaciones e interacciones, la sostenibilidad, la mejora continua, el respeto a los Derechos Humanos, el cumplimiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la disposición de continuar en la senda propuesta por el Pacto Global de las Naciones Unidas.

Ha sido un año de muchos e importantes logros, pero seguimos avanzando con la convicción y la humildad de reconocer que aún queda mucho camino por andar y que Medcom mantiene la inspiración y motivación de ser parte del grupo de empresas que nos preocupamos y nos esmeramos por generar un negocio responsable, ético, humano e íntegro porque entendemos que es la manera de lograr que Panamá y el mundo avancen por senderos de bienestar para todos sus habitantes.



Nicolás González Revilla Paredes
Vicepresidente General
Medcom

ACERCA DE ESTE INFORME

El presente informe de sostenibilidad tiene como objetivo comunicar el desempeño de Medcom en materia económica, social y ambiental, así como los avances en la gestión de sus impactos y su contribución al desarrollo sostenible.

Este reporte ha sido elaborado tomando como referencia los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y en cumplimiento con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, integrando ambos marcos en un solo documento.

La información presentada corresponde al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025, e incluye las operaciones de Medcom relacionadas con la producción, transmisión, comercialización y distribución de contenidos a través de televisión, radio y plataformas digitales en la República de Panamá.

La organización mantiene relaciones societarias con otras empresas asociadas (Mediam Group, C11, DAU, Prodena y ASAP); sin embargo, sus operaciones no se encuentran incluidas dentro del alcance de este informe. Esta delimitación responde a que dichas entidades no cuentan actualmente con mecanismos para la recopilación, consolidación y reporte de información ambiental, social y de gobernanza (ASG), lo que dificulta su incorporación consistente dentro de este ejercicio de reporte.

Medcom reconoce la importancia de fortalecer progresivamente la articulación con estas empresas asociadas y evaluará la ampliación del alcance de futuros reportes conforme avance la madurez de sus procesos de sostenibilidad y de recopilación de información.

Este informe tiene una periodicidad anual y corresponde al primer reporte de sostenibilidad de la organización bajo estándares GRI. La elaboración y validación de la información ha sido coordinada por el área corporativa de sostenibilidad, con participación de las áreas correspondientes sin intervención directa de la Junta Directiva. Su contenido ha sido definido a partir de un proceso de identificación y priorización de temas materiales bajo un enfoque de doble materialidad, considerando tanto los impactos de la organización en la sociedad como los riesgos y oportunidades que estos representan para el negocio.

Los datos de sostenibilidad (ASG) correspondientes al presente informe no han sido sometidos a verificación externa. No obstante, han sido objeto de procesos internos de revisión y validación por parte del equipo de Directores y Gerentes, lo que contribuye a asegurar la consistencia y confiabilidad de la información reportada. Durante el período compartido no se realizaron reformulaciones de la información respecto a reportes anteriores.

En el caso de la información relacionada con audiencias, los datos provienen de fuentes externas especializadas, específicamente del servicio de medición provisto por Kantar Ibope Media a nivel nacional.

Para consultas o comentarios sobre el contenido de este informe, los interesados pueden contactar a:

sumandonos@medcom.com.pa



MEDCOM: QUIÉNES SOMOS Y CÓMO GENERAMOS IMPACTO

PERFIL GENERAL DE MEDCOM

Corporación Medcom Panamá, S.A. (en adelante MEDCOM) es una empresa familiar, de capital privado, que desarrolla medios de comunicación multiplataforma en la República de Panamá.

La empresa se sostiene sobre una estrategia basada en el desarrollo del contenido local como puntal de la producción y programación de todos sus medios, buscando fortalecer la economía naranja en el país y siendo cónsonos con el compromiso de la organización de ser verdadera portavoz y reflejo de la sociedad en todos sus contextos.

Tener los medios audiovisuales y digitales líderes del país nos asigna una responsabilidad profunda que asumimos con plena conciencia y compromiso social.

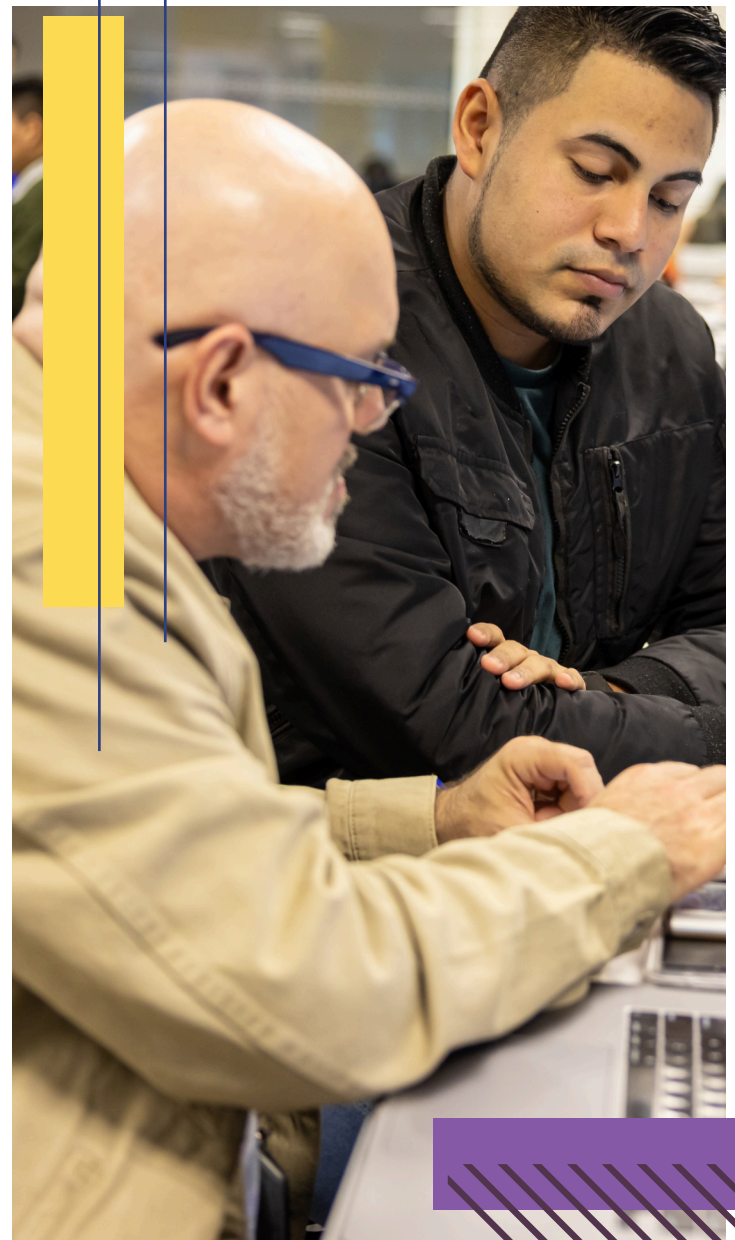
Aunque Medcom tiene participación en otras empresas que llamamos afiliadas, no han sido incluidas en este informe tal como mencionamos en la sección anterior.

PLATAFORMAS Y UNIDADES DE NEGOCIOS

Medcom divide su estructura por plataformas multimedios cada una de las cuales sostiene una parte relevante del negocio:

TV ABIERTA: gestiona los canales RPC TV, OYE y el líder de la televisión panameña Telemetro.

RADIO: tiene en su estructura tres estaciones de radio, dos de ellas con cobertura nacional: RPC Radio (90.9 - 106.3), la estación panameña con mayor trayectoria y todavía en funcionamiento (con 76 años al aire), Telemetro Radio (97.1 - 104.1 - 106.1) y Caliente (96.9).



TV PREMIUM: Se producen y comercializan tres canales locales que se integran en la oferta de televisión pagada como valor agregado de una empresa externa. Los canales son ECO (perfil noticioso y de opinión), COS y ÚNICOS (de contenido enteramente deportivo).

DIGITAL: esta estructura maneja 40 cuentas en redes sociales (Instagram, Tik Tok, Facebook, X y Threads), 6 portales Web (telemetro.com, rpctv.com, ecotvpanama.com, cospanama.com, rpcradio.com, medcomgo.com), 5 canales en YouTube (La Mordida, Telemetro, Deportes RPC, Telemetro Reporta y TUREFEREE), una plataforma on demand (MedcomGo) y genera contenidos con más de 100 influencers y creadores.

INFORMACIÓN GENERAL

 Alcance 2,556,566 Personas 92% Presencia Nacional	 Alcance 2,10,143 Personas 92% Presencia Nacional	 Alcance 1,467,219 (enero a julio 2025) Metropolitana (Pmá. Centro, Pmá. Oeste y Colón)	 Alcance 456,680 personas (ago a dic 2025)	
 Alcance 338,232 personas (ago a dic 2025)	 Alcance 468,554 personas (ago a dic 2025)	 Alcance 245,000 Personas	 Alcance 264,000 Personas	 Alcance 305,000 personas Provincias de Panamá, Colón y Playas



INFORMACIÓN DE AUDIENCIAS

 Tipo de Audiencias (Género) F: 56% M: 44%	Tipo de Audiencias (Edad) (3-11): 10.3% (12-17): 9.6%	(18-45): 35.3% (46+): 44.8%	Tipo de Audiencias Socioeconómico 32% Alto-Medio 68% Bajo
 Tipo de Audiencias (Género) F: 47% M: 53%	Tipo de Audiencias (Edad) (3-11): 8.9% (12-17): 6.3%	(18-45): 34% (46+): 50.9%	Tipo de Audiencias Socioeconómico 25% Alto-Medio 75% Bajo
 Tipo de Audiencias (Género) F: 60% M: 40%	Tipo de Audiencias (Edad) Audiencia Mayoritaria	18-45 años	Tipo de Audiencias Socioeconómico S/D
 Tipo de Audiencias (Género) F: 45% M: 55%			
 Tipo de Audiencias (Género) F: 51% M: 49%			
 Tipo de Audiencias (Género) F: 69% M: 30%	Tipo de Audiencias (Edad) (18-24): 6% (25-34): 23%	(35-44): 29% (45-54): 21%	(55-64): 12% Tipo de Audiencias Socioeconómico 85.8% Alto-Medio 14.2% Bajo
 Tipo de Audiencias (Género) F: 48% M: 52%	Tipo de Audiencias (Edad) (12-24): 14% (25-44): 29%	(45-75): 57%	Tipo de Audiencias Socioeconómico 51% Alto-Medio 49% Bajo
 Tipo de Audiencias (Género) F: 47% M: 53%	Tipo de Audiencias (Edad) (12-24): 18% (25-44): 33%	(45-75): 50%	Tipo de Audiencias Socioeconómico 46% Alto-Medio 54% Bajo
 Tipo de Audiencias (Género) F: 55% M: 45%	Tipo de Audiencias (Edad) (12-24): 24% (25-44): 47%	(45-75): 28%	Tipo de Audiencias Socioeconómico 54% Alto-Medio 46% Bajo

CADENA DE VALOR DEL NEGOCIO MULTIMEDIOS

Como empresa de comunicaciones multiplataforma, nuestra estructura se nutre de contenidos de diversa índole, que pueden ser de producción local propia, gestionada por proveedores externos nacionales (producciones asociadas) o internacionales (enlatados).

La estrategia operativa se basa en favorecer y ampliar la producción local propia y por ello está diseñada para generar, producir, comercializar, distribuir y transmitir contenidos de diversa índole y para distintas audiencias, de acuerdo a cada uno de los medios que dirigimos.

Se trata de contenidos de tipo informativo, de opinión, deportivo, de entretenimiento, culturales, de fomento nacional, programas regulares o transmisiones especiales, en formatos pregrabados o en vivo, que pasan por distintas etapas que incluyen la preproducción, producción y postproducción, transmisión, distribución y comercialización teniendo cada una sus características y cadena de proveedores particulares.

Tanto para los proveedores de contenidos, como para los de otros tipos que cubren la gestión administrativa y operativa del negocio, incorporamos criterios de selección y seguimiento de proveedores, incluyendo cumplimiento legal y estándares éticos



MODELO DE NEGOCIO Y CADENA DE VALOR					
IMPULSO A LA INDUSTRIA CREATIVA/ ECONOMÍA NARANJA	PROPÓSITO: Generamos contenidos de calidad que conectan con Panamá				
	CADENA DE VALOR	PRODUCCIÓN (Generación de contenidos)	TRANSMISIÓN/ DISTRIBUCIÓN	COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO (Relación clientes y audiencias)	MONITOREO Y ANÁLISIS DE AUDIENCIAS
		Producción de contenidos audiovisuales y radiales mediante procesos de preproducción, producción y postproducción para : *Espacios propios *TV Premium *Para terceros por encargo	Transmisión en televisión abierta y radio	Venta de contenidos estándar	Análisis de audiencias
			Transmisión en televisión por suscripción	Creación y venta de contenidos a la medida	Toma de decisiones en base a resultados de mediciones
			Plataforma OTT	Alquiler de Servicios Técnicos (antenas)	Rendición de cuentas ante clientes y aliados
			Retransmisión de señales a través de empresas de televisión por suscripción	Ejecución de campañas estratégicas (masivas o específicas)	
			Divulgación de contenidos a través de plataformas digitales redes sociales		
	RELACIONAMIENTO	Talentos freelance, personal de servicios especializados, proveedores de servicios, bienes y productos varios, audiencias	Compañías de televisión pagada, proveedores de tecnología e internet	Agencias de publicidad, clientes (directos, indirectos, organizaciones, gobierno, etc), empresas arrendatarias de nuestros servicios técnicos, proveedores técnicos y de productos, audiencias	Empresas proveedoras de servicios de monitoreo especializado, agencias de publicidad, clientes
	El modelo de negocio de Medcom se estructura entorno a la generación, distribución y comercialización de contenidos audiovisuales y radiales, apoyado en una red de aliados estratégicos y proveedores especializados. A través de estas actividades, la organización contribuye al desarrollo de la industria creativa y al fortalecimiento de la economía naranja en el país.				

PRINCIPALES IMPACTOS ASOCIADOS A LA ACTIVIDAD INFORMATIVA Y DE ENTRETENIMIENTO

El modelo de negocio y la estrategia de sostenibilidad de la organización contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente al **ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas**, mediante el fortalecimiento de la gobernanza, la ética corporativa, la independencia editorial y el cumplimiento normativo.

Asimismo, la articulación con diversos actores del sector público, privado y social, a través de alianzas estratégicas y acuerdos de colaboración, contribuye al **ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos**. De manera complementaria, el enfoque en la generación de contenidos y el desarrollo de la industria creativa se vincula con el **ODS 4: Educación de calidad** y el **ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico**.

Los medios de comunicación tenemos un innegable impacto en la sociedad por sus altos niveles de penetración en los hogares y dispositivos que permiten un acceso abierto a sus audiencias.

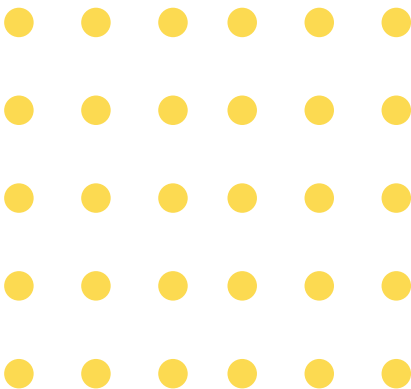
Los impactos positivos incluyen el acceso a información confiable, contenidos aptos para todas las audiencias, espacios para reforzar el sentido de orgullo patrio, identidad nacional y cultura, campañas sociales, plataformas al servicio de numerosas causas del tercer sector, promoción de la democracia, la participación ciudadana y la ciudadanía responsable, entre otros.

Esa misma fuerza conlleva importantes responsabilidades y decisiones éticas que permitan gestionar de manera responsable los riesgos inherentes a la actividad mediática, como la veracidad de la información, el tratamiento adecuado de temas sensibles y la protección de audiencias vulnerables.

En ese sentido contamos con equipos de trabajo y procesos que permiten ejecutar desde la prevención como son el Comité Editorial, que busca asegurar la pluralidad de ideas y opiniones en los espacios informativos y noticiosos, el Comité de Directores que detecta posibles riesgos de la gestión integral, el proceso de alerta del departamento de Programación para detectar, antes de ir al aire, posibles contravenciones de los

acuerdos de autorregulación y la clasificación de acuerdo con los horarios y audiencias. Tampoco realizamos aportes financieros ni en especie a partidos políticos u otras organizaciones afines. Las relaciones con estos grupos se limitan, según corresponda, a la contratación de espacios publicitarios en condiciones comerciales ordinarias y a la cobertura informativa bajo criterios editoriales.

Desde el punto de vista ambiental, hemos logrado un avance importante al haber ingresado a la medición de la Huella de Carbono Corporativa del Ministerio de Ambiente lo que nos ha permitido estructurar la data de maneras más eficientes y accesibles para su análisis y monitoreo de forma que podremos gestionar nuestros impactos principalmente centrados en el consumo energético y el apropiado manejo de los residuos, incluyendo los electrónicos.





ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD

La estrategia de sostenibilidad Medcom parte de la matriz de materialidad que reúne los puntos que nuestros grupos de interés han definido como los más relevantes para nuestra gestión.

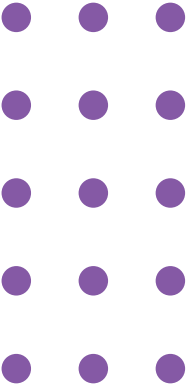
Agrupados en pilares de acción, reúne tópicos bajo los cuales se desarrollan las acciones de la organización.

PILARES		LÍNEAS DE ACCIÓN		
CONDUCTA EMPRESARIAL RESPONSABLE		Transparencia		Liderazgo de Mercado
		Cadena de Valor		
		Desarrollo de Talento		Diversidad e Inclusión
		Participación en Causas Sociales		DDHH y la Infancia
CONTENIDO CON PROPÓSITO		Cultura Local		Educación con Valores
		Libertad de Expresión		
MEDIO AMBIENTE		Huella de Carbono		Gestión de Residuos
		Agua		

Todas las líneas de acción están incluidas en el plan de sostenibilidad que, a su vez, define tareas a niveles más detallados, áreas responsables e indicadores deseados con el fin de que sean desarrolladas de forma continua y a la par de las asignaciones regulares y objetivos de cada departamento y plataforma.

Como medios de comunicación, los contenidos se mantienen siempre alineados con un compromiso con la veracidad y calidad de la información, la independencia editorial, el respeto a la diversidad de opiniones y el tratamiento responsable de temas sensibles con especial énfasis en la niñez y adolescencia vulnerables. Asimismo, promovemos una gestión basada en la integridad, el cumplimiento de la normativa aplicable y la consideración de los impactos sociales asociados a nuestras actividades.

La gestión de sostenibilidad de Medcom se estructura bajo los criterios ASG (Ambiental, Social y Gobernanza), alineando las operaciones, contenidos y programas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) más relevantes para el modelo de negocio como empresa multimedios.



ODS PRIORITARIOS DE MEDCOM

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	DIMENSIÓN ASG S	CÓMO SE IMPACTA Contenidos educativos, formación, desarrollo de capacidades.
10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	DIMENSIÓN ASG S	CÓMO SE IMPACTA Visibilización social, acceso a información, comunidades.
8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	DIMENSIÓN ASG S + G	CÓMO SE IMPACTA Empleo, formación, sostenibilidad del negocio.
13 ACCIÓN POR EL CLIMA	DIMENSIÓN ASG A	CÓMO SE IMPACTA Medición de huella de carbono y gestión ambiental.
16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	DIMENSIÓN ASG G	CÓMO SE IMPACTA Información verificada, libertad de expresión, ética editorial, cumplimiento.

ODS COMPLEMENTARIOS DE MEDCOM

3 SALUD Y BIENESTAR	DIMENSIÓN ASG S	CÓMO SE IMPACTA Contenidos de salud, campañas, bienestar interno.
5 IGUALDAD DE GÉNERO	DIMENSIÓN ASG S	CÓMO SE IMPACTA Liderazgo femenino, contenidos como Gala Oye Mujer.
11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	DIMENSIÓN ASG S	CÓMO SE IMPACTA Cultura, identidad, comunidad.
17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	DIMENSIÓN ASG S + G	CÓMO SE IMPACTA Trabajo con ONG, organismos y sector privado.



PRINCIPIOS QUE GUÍAN NUESTRA ESTRATEGIA

Los enunciados de la Misión, Visión y Valores Corporativos Medcom no obedecen párrafos vacíos, sino que fueron concebidos para que, sobre sus bases, se establecieran los demás lineamientos operativos, procesos, políticas y estrategias de la organización.

MISIÓN

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

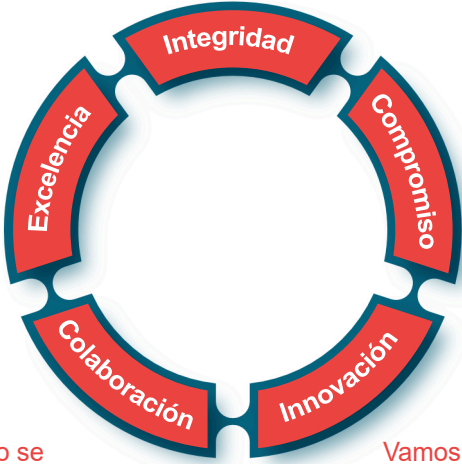
VISIÓN

“Ser los líderes de 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”.

VALORES CORPORATIVOS

Actuamos con honestidad y transparencia, aun cuando nadie nos ve.

La calidad no es una meta: es nuestra forma de trabajar.



Damos lo mejor de nosotros, cada día, porque amamos lo que hacemos.

El mejor contenido se construye en equipo. Aquí, cada voz cuenta.

Vamos siempre un paso adelante. Creamos con visión, rompemos moldes.

PROPÓSITO

Generar contenidos relevantes que conectan con Panamá.

Bajo los principios de generación de bienestar y el compromiso con el engrandecimiento del país y el propósito de la organización, se desarrolla una estructura orientada a un ejercicio ético e íntegro en la toma de decisiones sobre los aspectos comerciales, fiscales, laborales y, por supuesto, en todo lo relacionado con la generación de los contenidos, sean estos informativos o de entretenimiento, la relación con las audiencias, anunciantes y aliados.

Sostenemos nuestra operación desde los principios de libertad de expresión e información con lineamientos definidos en nuestras sesiones editoriales.

PROCESO DE ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

En el año 2023 actualizamos el ejercicio de materialidad, en esta ocasión con enfoque en doble materialidad que incluye los temas que son relevantes tanto para el negocio como para los grupos de interés -también revisados-.

Para ello, partimos por un análisis socioeconómico, local e internacional, identificando las mejores prácticas de nuestra industria y visualizando posibles nuevas variables que impactarán a la empresa o a los grupos interesados, tanto internos como externos.

El trabajo incluyó la evaluación y priorización desde la perspectiva de impacto y de valor en la compañía, y fueron tomadas sus opiniones y percepciones que, además, fueron validadas.

En total **641 personas** tomaron parte en este ejercicio que arrojó una matriz con una cantidad importante de variables.

Bajo nuestro análisis de doble materialidad, hemos identificado cómo estos factores externos pueden impactar nuestros estados financieros, flujos de efectivo y costo de capital. Gestionamos estos riesgos de manera proactiva para proteger la rentabilidad de nuestros accionistas y la estabilidad de nuestra empresa y colaboradores.

Riesgos Reputacionales y de Mercado (Dimensión Social)

Nuestro modelo de negocio depende de la confianza. La percepción pública sobre nuestra ética y responsabilidad social tiene un impacto financiero directo.

Ingresos Publicitarios: Una gestión inadecuada de la integridad editorial o controversias en temas sensibles podría derivar en la pérdida de confianza de las audiencias y, consecuentemente, en el retiro de pauta publicitaria por parte de anunciantes que buscan asociarse con marcas responsables.

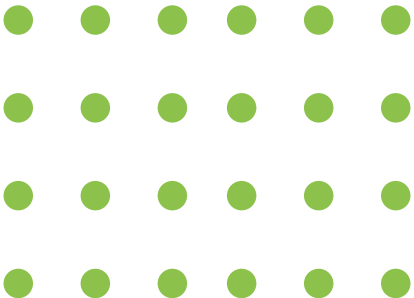
Preferencia de la Audiencia: La falta de diversidad o sensibilidad en los contenidos puede alienar segmentos demográficos clave, reduciendo nuestros niveles de audiencias o participación de mercado. De allí la responsabilidad del manejo editorial y de contenidos.

Riesgos Regulatorios y de Cumplimiento (Dimensión Gobernanza)

El entorno normativo es dinámico. El incumplimiento o la falta de adaptación a nuevas regulaciones pueden generar costos significativos:

Sanciones: El incumplimiento de normativas laborales o de propiedad intelectual nos podría exponer a sanciones por parte del regulador.

Licencia para Operar: Nuestra capacidad para renovar concesiones y licencias depende de un historial de cumplimiento impecable y una sólida reputación corporativa.



Riesgos Físicos y de Transición (Dimensión Ambiental)

El cambio climático presenta riesgos para nuestra infraestructura y costos asociados a este tipo de eventualidades.

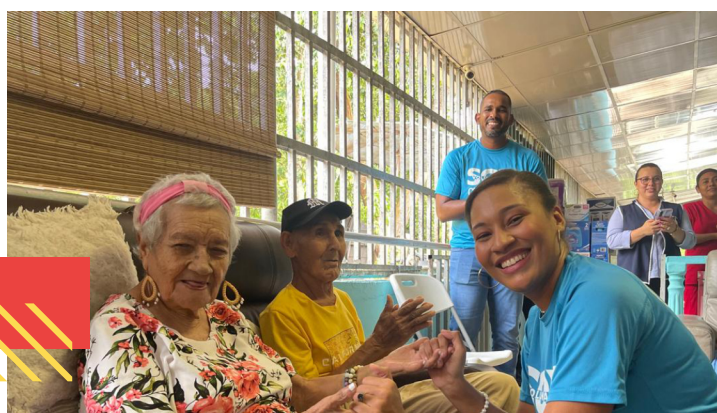
En cuanto a los grupos de interés abordados para este ejercicio, fueron divididos en internos y externos, lo que permite que la matriz producto de sus opiniones, involucre los intereses de ambos sectores. Cada uno fue consultado a través de encuestas anónimas y se determinó un promedio total sobre cada tema y para cada grupo. Esto proporcionó el balance requerido para que cada grupo tuviera el mismo peso para este ejercicio.

GRUPOS DE INTERÉS / INTERNOS

3	Junta Directiva	14	Directores y Gerentes
294	Colaboradores		

GRUPOS DE INTERÉS / EXTERNOS

51	Audiencias	93	Comunidad
14	Agencias/ Clientes	2	Regulador
73	Proveedores	65	Familias de Colaboradores
29	ONG	3	Universidades



El ranking arrojó el listado sobre el cual se han trabajado las acciones de la Estrategia de Sostenibilidad Medcom y pueden ser revisados a continuación, tomando en consideración su posición en el ranking, criterio ASG y materia ISO 26000.

CRITERIO ASG	MATERIA ISO 26000
Social	Prácticas Laborales
TEMAS	
1 Desarrollo permanente al talento de la empresa. 3 Velar por el bienestar de los colaboradores (equilibrio vida laboral-personal, salud física y mental).	

CRITERIO ASG	MATERIA ISO 26000
Gobernanza	Gobernanza
TEMAS	
2 Gestionar la empresa de manera ética y transparente. 4 Los esfuerzos que realiza Medcom por gestionar temas ASG. 5 La estabilidad financiera de la empresa. 16 Los esfuerzos que realiza Medcom por cumplir las leyes y normas que regulan los medios de comunicación en el país. 23 Promover prácticas responsables y sostenibles entre los proveedores.	

CRITERIO ASG	MATERIA ISO 26000
Social	Asuntos de los consumidores
TEMAS	
7 Combatir las noticias falsas. 8 Asegurar la independencia del contenido. 11 Fomento de la publicidad / mercadeo responsable.	



CRITERIO ASG	MATERIA ISO 26000
Social	Asuntos de los consumidores
TEMAS	
13 Velar por ofrecer una excelente experiencia para su audiencia en el uso de las plataformas de contenido como radio, tv y plataformas digitales. 14 Generar un contenido ético y de calidad. 17 Fortalecer la percepción de liderazgo de Medcom como empresa multimedios en el país.	

CRITERIO ASG	MATERIA ISO 26000
Ambiental	Medio Ambiente
TEMAS	
19 Reducción de la huella de carbono. 22 Gestión de residuos tecnológicos y otros como papel, cartón y plásticos. 26 Conservación del agua.	

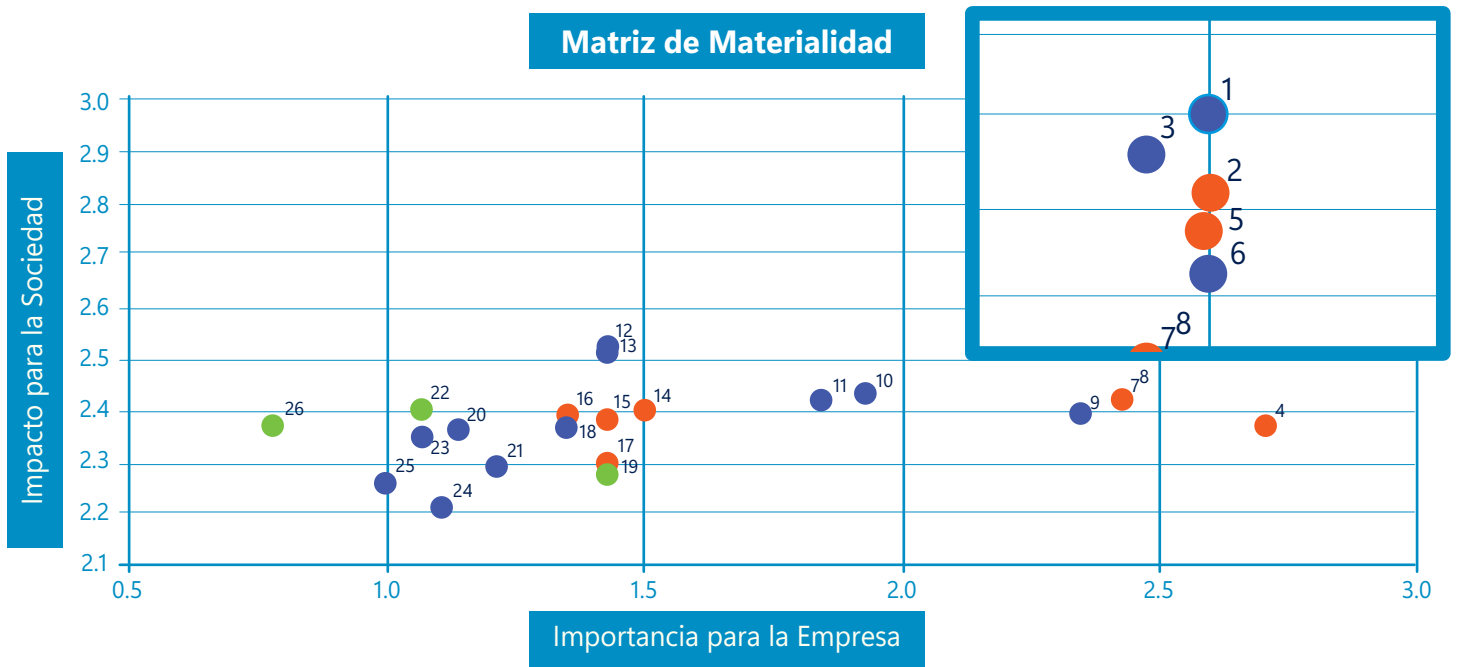
CRITERIO ASG	MATERIA ISO 26000
Social	Derechos Humanos
TEMAS	
10 Garantizar la libertad de expresión. 15 Velar por la propiedad intelectual y los derechos de autor. 18 Promover la diversidad e igualdad entre sus colaboradores. 21 Promover los Derechos Humanos y los derechos de la infancia. 24 Promover la diversidad y la inclusión dentro y fuera de la pantalla.	

CRITERIO ASG	MATERIA ISO 26000
Social	Participación activa y desarrollo de la comunidad
TEMAS	
6 Desarrollar contenido que promueva el pensamiento crítico y el empoderamiento ciudadano. 9 Apoyar iniciativas con impacto social a través de su fundación. 12 Dar continuidad a iniciativas que poseen un impacto positivo en la sociedad. 20 Fomentar la cultura panameña. 25 Aportar capacidades para el desarrollo del talento joven en Medcom.	

La distribución de los puntajes evidencia una concentración de los temas en rangos altos, particularmente en la dimensión de impacto en la sociedad, lo cual es coherente con la naturaleza de la actividad informativa y de entretenimiento desarrollada por la organización.

Con el fin de mejorar la legibilidad y permitir una interpretación más precisa de las diferencias relativas entre los temas evaluados, la escala de la representación gráfica fue ajustada, sin modificar la proporcionalidad ni los resultados obtenidos en el proceso de priorización, permitiendo visualizar en primer plano los aspectos principales.





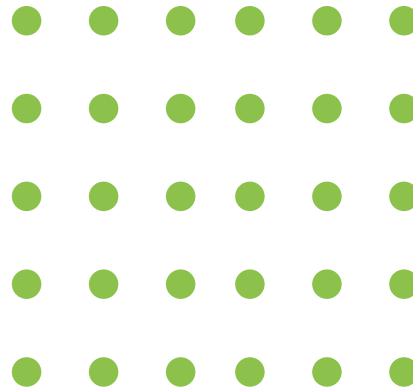
La identificación y análisis de las partes interesadas permitió reconocer un amplio conjunto de temas con relevancia social. Esta amplitud puede implicar el reto de gestionar múltiples enfoques y acciones de manera simultánea; por ello, la organización prioriza aquellos asuntos que presentan mayor convergencia entre impacto social y relevancia estratégica.

En cuanto a la dimensión ambiental, se observa una menor concentración de temas en comparación con las dimensiones social y de gobernanza, lo cual responde a la naturaleza del sector multimedios, cuyo impacto directo en el entorno ambiental es relativamente acotado frente a otras industrias.

Los diez aspectos con mayor puntuación reflejan claramente las áreas estratégicas de la organización. Cuatro de ellos se vinculan directamente con los contenidos —eje central del modelo de negocio— tales como la promoción del pensamiento crítico y el empoderamiento ciudadano, la lucha contra la desinformación, la independencia editorial y la libertad de expresión.

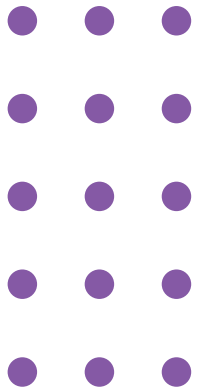
El resto de los temas prioritarios se relaciona principalmente con la gestión interna y la gobernanza de la organización, incluyendo el desarrollo permanente del talento, la gestión ética y transparente, el bienestar integral de los colaboradores y la estabilidad financiera. Asimismo, la gestión de asuntos ASG se aborda de manera transversal, integrando dimensiones sociales, ambientales y de gobernanza. Finalmente, el apoyo a iniciativas de impacto social a través de la MEDCOM constituye una expresión directa del compromiso social de la organización.

En coherencia con estos resultados, la organización concentra sus esfuerzos estratégicos en los aspectos identificados como de mayor relevancia, sin perjuicio de continuar desarrollando acciones vinculadas a los demás temas evaluados.





GOBERNANZA, ÉTICA Y CUMPLIMIENTO



PROCESO DE TOMA DE DECISIONES

La toma de decisiones se desarrolla en distintos niveles de gobernanza y gestión, conforme a las responsabilidades asignadas en la estructura organizativa.

A nivel operativo, se llevan a cabo reuniones semanales de seguimiento basadas en metodologías estructuradas de ejecución, como la herramienta de Metas Crucialmente Importantes -MCI- de Franklin Covey, con énfasis en el monitoreo de metas estratégicas prioritarias. Estas instancias permiten evaluar avances, identificar riesgos y efectuar ajustes oportunos.

Se celebran reuniones regulares de Junta Directiva, Comité Ejecutivo y comités interdepartamentales que facilitan la coordinación transversal y el seguimiento sistemático de los objetivos corporativos.

El desempeño de la alta dirección es evaluado mediante indicadores financieros, comerciales y de audiencias, así como metas estratégicas, clima organizacional, evaluación anual, etc., lo que permite asegurar coherencia entre la estrategia definida y su implementación.

CUMPLIMIENTO

Durante el año 2025, cumplimos con las disposiciones legales y regulatorias aplicables a nuestros servicios públicos y concesiones, conforme al marco normativo vigente en la República de Panamá.

En el período reportado, gestionamos procesos de licenciamiento de señales de televisión con diversos operadores de contenido, tanto en televisión como en medios digitales, formalizando y asegurando la legalidad en la distribución de nuestros contenidos a través de distintas plataformas.

Atendimos oportunamente los requerimientos formales relacionados con copias de contenido noticioso y de opinión, tanto de autoridades competentes como de particulares, en cumplimiento de la normativa aplicable.

Dimos cumplimiento a los procesos de debida diligencia establecidos por bancos, fiduciarias y otros agentes regulados, así como a nuestras políticas internas de confidencialidad y

manejo de información. Asimismo, aplicamos las disposiciones vigentes en materia de prevención de blanqueo de capitales y cumplimiento fiscal.

Durante el período reportado, no fuimos objeto de investigaciones ni procesos sancionadores por parte de la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos ni de otras autoridades competentes.

Tampoco se recibieron quejas sobre violaciones a la privacidad ni pérdidas de datos del cliente ni de otros grupos de contacto.

ENFOQUE DE DERECHOS

Medcom reconoce los principios contenidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y mantiene su adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas; además, avala y promueve los Derechos del Niño.

Este compromiso se refleja en:

- ◆ Contratos laborales que prohíben la difusión de contenidos que vulneren derechos de niñas, niños y adolescentes.
- ◆ Prohibición de prácticas discriminatorias.
- ◆ Rechazo al trabajo infantil y a cualquier forma de explotación.
- ◆ Protección de infancia y adolescencia en contenidos y en el tratamiento de la información que les relaciona.

La organización promueve un entorno laboral basado en el respeto, la dignidad y la igualdad de oportunidades y hace un especial énfasis en los derechos directamente relacionados con nuestra industria.

DERECHOS DE IMAGEN

NORMATIVA: CÓDIGO DE LA FAMILIA.

Mantenemos el desglose de los derechos de imagen y voz cedidos por actores, actrices, intérpretes y participantes en nuestras producciones y megaproyectos y la especificación de la duración de la cesión, lo cual igualmente se replica en contrataciones realizadas por productoras asociadas.

DERECHOS DE AUTOR

NORMATIVA: LEY NO. 64 DE 2012, SOBRE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS.

Reconocimiento de las obras realizadas por encargo o como invenciones de empresa, tanto en los contratos de trabajo (definido e indefinido), así como los de servicios profesionales, contemplando el reconocimiento de los derechos morales de los autores y del derecho patrimonial que le asiste a la empresa, por las obras creadas mediante dicha relación laboral o por encargo, en virtud siempre de una relación contractual.

Participación con nuevas entidades de Gestión Colectiva reconocidas en la República de Panamá y negociación de términos y condiciones para atender a sus licenciamientos.

DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

NORMATIVA: LEY NO.35 DE 1996, REFORMADA POR LA LEY 61 DE 2012.

En contratos de contenido, entre estos: licencia de uso, producción, coproducción, acuerdos para transmisión de programas, alquileres de espacio publicitario, entre otros, se incluye siempre el principio de respeto a los derechos de propiedad industrial, las autorizaciones expresas y limitadas de una parte a la otra, para la utilización de las marcas, nombres comerciales y otros derechos que a cada parte le asisten.

INTEGRIDAD Y PREVENCIÓN DE CONFLICTOS

La organización cuenta con un marco de cumplimiento que integra políticas, procesos y mecanismos orientados a garantizar la gestión ética, transparente y conforme a la normativa vigente.

Durante el período, se desarrollaron acciones de sensibilización sobre cumplimiento y parte del equipo -incluyendo directores y gerentes- sumó **17 horas** de formación en temas como fortalecimiento de la gobernanza, gestión de riesgos y sostenibilidad, entre otros, dictados por **SUMARSE**, organización referente a nivel nacional en la promoción de la RSE y la sostenibilidad.

En materia de **confidencialidad y manejo de la información**, se implementan acuerdos de confidencialidad (NDA), así como la incorporación de disposiciones de la Ley 81 de protección de datos personales en los formularios de creación de clientes, asegurando el tratamiento adecuado de la información.

En relación con la **prevención del blanqueo de capitales**, se establecen cláusulas específicas en los contratos, como parte de las medidas de control y mitigación de riesgos asociados a las operaciones.

Para la **prevención de conflictos de interés**, se realizan análisis periódicos a nivel del comité de directores con el fin de identificar y gestionar posibles situaciones de riesgo. Asimismo, se declara oportunamente la información relacionada con personas políticamente expuestas (PEP) mediante procesos de debida diligencia, y se adoptan políticas de proveedores y clientes que incluyen el compromiso de reportar cualquier posible conflicto de interés.

En cuanto al **cumplimiento fiscal y de seguridad social**, la organización aplica prácticas, procesos y controles que aseguran el estricto apego a la normativa aplicable. Este compromiso se refuerza mediante su designación como **agente retenedor** por parte de la Dirección General de Ingresos del Ministerio de Economía y Finanzas. Durante 2025 avanzamos en la elaboración de una Política de Responsabilidad Tributaria orientada a fortalecer nuestra gestión fiscal. Las consultas tributarias son atendidas conforme a la normativa aplicable.

La identificación y gestión de potenciales conflictos de interés se realiza a nivel de las Direcciones y sus equipos operativos que los detectan y gestionan oportunamente.

Los posibles impactos negativos son analizados caso por caso por las áreas responsables, adoptándose las medidas correctivas que resulten pertinentes. La organización no cuenta actualmente con un proceso formalizado de remediación y evaluará oportunidades de fortalecimiento en esta materia.

En el período reportado, no se registraron casos relacionados con corrupción o incumplimientos éticos como tampoco se identificaron riesgos de corrupción asociados a las operaciones.

ALIANZAS Y ACUERDOS

Hemos suscrito diversas alianzas y acuerdos, tanto para asegurar derechos de reproducción como otros para divulgar y promover causas y actividades de índole social.

- ♦ **Acuerdos de autorización de ejecución pública de obras musicales en emisoras Medcom:** en atención a convenio suscrito entre la Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC) y la Asociación Panameña de Radiodifusión (APR).
- ♦ **Contrato de Licencia para la Ejecución pública de fonogramas con la Sociedad Panameña de Productores Fonográficos (PRODUCE).** Se continuó la negociación vigente para canales de televisión y se suscribieron acuerdos para las emisoras de radio, a través de la Asociación Panameña de Radiodifusión (APR).



- ♦ **Contrato de Patrocinio a la TELETÓN 20-30 2025:** como todos los años, MEDCOM participa como Patrocinador Oficial de esta importante y sensible causa.
- ♦ **Memorándum de Entendimiento entre el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y MEDCOM:** entendimiento para continuar alianza de carácter social e informativo, para contribuir al éxito y conocimiento de las campañas de UNICEF sobre prioridades para la niñez y adolescencia que vive Panamá, identificadas en el Programa país de UNICEF 2021-2025, que son cónsonas con los principios sociales y lineamientos editoriales de MEDCOM.
- ♦ **Acuerdo de Colaboración entre la Fundación para el emprendimiento e innovación de Panamá (FEIP) y MEDCOM:** con el objeto de potenciar el ecosistema de emprendimiento e innovación en Panamá, vigente desde 2023 hasta 2025.

- ♦ **Acuerdo de Mediapartner para la Semana de la Responsabilidad Social Empresarial 2025:** bajo la plataforma SUMARSE, para difusión de la Semana de la Responsabilidad Social Empresarial 2025.
- ♦ **Convenio de colaboración entre MEDCOM y BANCO DE ALIMENTOS:** reconociendo a Medcom como socio estratégico de la sucursal Divisa de Banco de Alimentos.
- ♦ **Acuerdo de Patrocinio a la Fundación Judío-Panameña:** esta alianza se celebra para apoyar el Día de las Buenas Acciones, versión 2025, con el lema “Una buena acción = un mundo mejor”.

Además, somos parte de distintas organizaciones que velan por temas diversos de interés para la empresa, como: Asociación Panameña de Radiodifusión, ATELCAP (Asociación de Televisoras de Centroamérica y Panamá), Centro TV Internacional, SUMARSE, Consejo Nacional de Periodismo, Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales y Cámara de Comercio de Panamá.



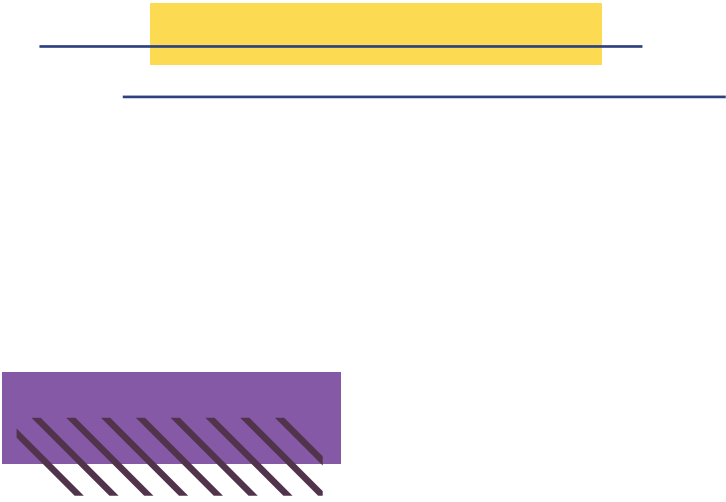
ENFOQUE ASG

En Medcom, integramos los criterios ASG de manera transversal en nuestra estrategia de negocio, entendiendo que son interdependientes:

Ambiental (A): Minimizamos nuestra huella ecológica. Nos enfocamos en la eficiencia energética, la medición de nuestra huella de carbono (Programa Reduce Tu Huella) y la gestión responsable de residuos electrónicos y de otros tipos, reconociendo nuestra responsabilidad con el entorno natural de Panamá y colaborando ampliamente con contenidos que promueven el cuidado ambiental, la minimización de impactos y la conciencia ciudadana al respecto.

Social (S): Es el corazón de nuestra operación como medio de comunicación. Abarca desde la gestión del talento y el bienestar de nuestros colaboradores hasta nuestra responsabilidad sobre los contenidos, la libertad de expresión y el impacto positivo en la comunidad a través de la Fundación Medcom.

Gobernanza (G): Aseguramos la integridad y transparencia. Fortalecemos nuestra ética corporativa, la independencia editorial y el cumplimiento normativo para mantener la confianza de nuestras audiencias, aliados comerciales y accionistas. Nos encontramos también en la elaboración de un conjunto de políticas enfocadas a robustecer la gobernanza, desde una visión integral de sostenibilidad.



SOSTENIBILIDAD Y ESTABILIDAD FINANCIERA

En Medcom entendemos la sostenibilidad financiera como un elemento fundamental para garantizar la continuidad de nuestras operaciones y el cumplimiento de nuestro rol como empresa multimedios con impacto en la sociedad.

Generamos valor económico a través de la producción, distribución y comercialización de contenidos, el cual se traduce en la remuneración a colaboradores, la contratación de proveedores locales e internacionales, el cumplimiento de obligaciones fiscales y la inversión en nuestra gestión integral que incluye el desarrollo de contenidos, tecnología y nuevas iniciativas.

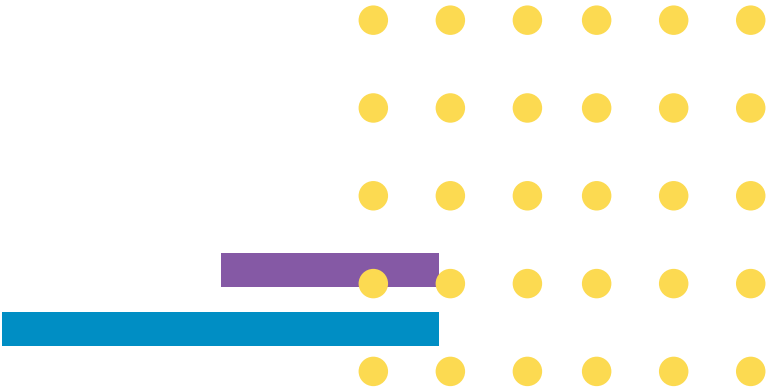
Este aspecto ha sido identificado como un tema material para la organización, en la medida en que incide directamente en la continuidad del negocio, la generación de valor para nuestros grupos de interés y la capacidad de desarrollar iniciativas de impacto social.

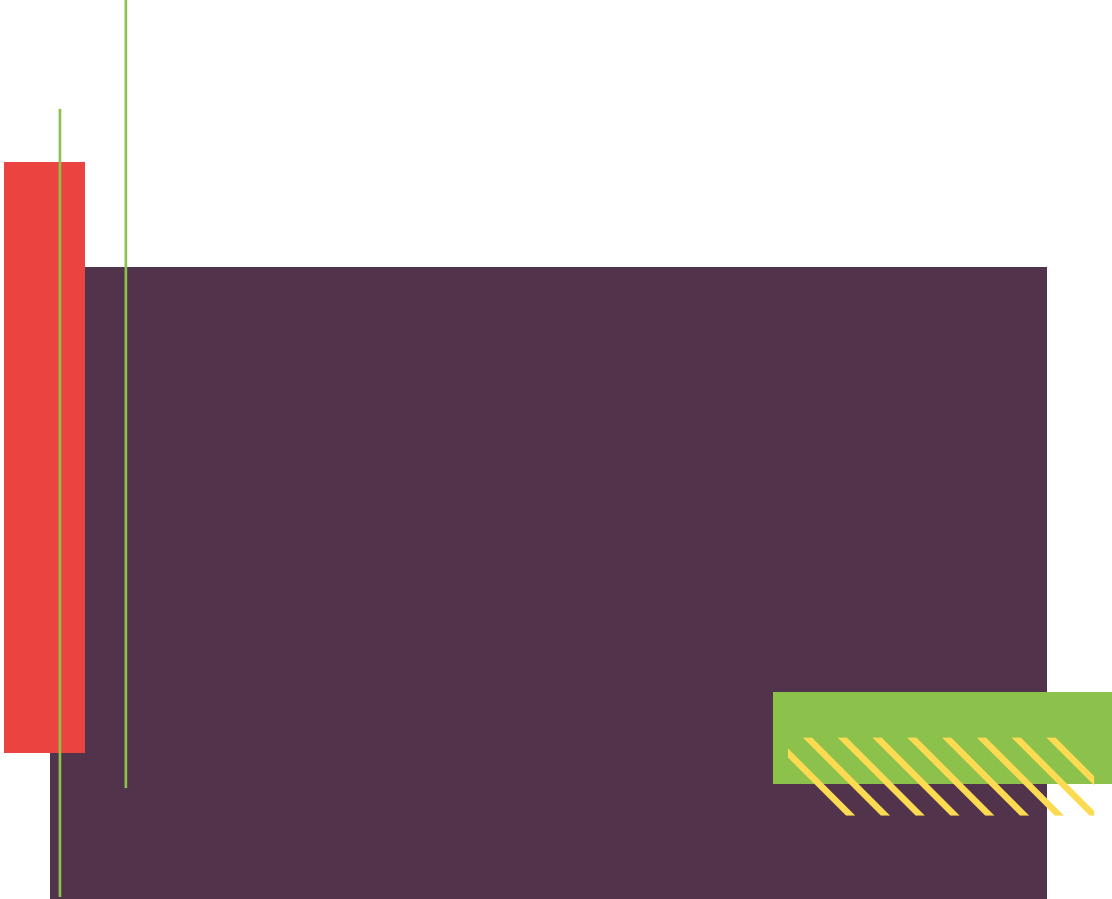
Nuestro modelo de negocio, basado en la producción, distribución y comercialización de contenidos a través de múltiples plataformas, nos permite adaptarnos a las dinámicas de una industria altamente competitiva y en constante transformación. La diversificación de nuestras fuentes de ingresos y la evolución hacia entornos digitales forman parte de nuestra estrategia para asegurar la viabilidad del negocio en el largo plazo. En ese mismo sentido y, tomando en cuenta la alta variación de nuestra industria y el impacto que eso tiene sobre los ingresos publicitarios que aportan nuestros clientes,

la sostenibilidad financiera de la empresa se maneja bajo la directriz de endeudamiento mínimo que se ha mantenido por más de 10 años consecutivos.

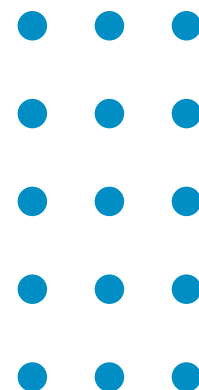
La gestión de la sostenibilidad financiera forma parte de la supervisión estratégica de la alta dirección, a través del seguimiento de indicadores de desempeño y la evaluación periódica de los resultados del negocio. Este proceso, así como los indicadores financieros y económicos, se mantienen para uso reservado de la organización.

La solidez financiera de Medcom constituye además un habilitador para el desarrollo de iniciativas de impacto social, la generación de contenidos de valor y el cumplimiento de sus compromisos en materia de sostenibilidad, ética y responsabilidad con sus audiencias y grupos de interés.





NUESTROS IMPACTOS



EN NUESTRA GENTE



El talento humano es un pilar fundamental para el desarrollo sostenible de la organización. Nuestra gestión nace de un apegado cumplimiento de las normativas laborales vigentes y se basa en el respeto a los derechos humanos, la promoción de entornos laborales seguros, inclusivos y libres de discriminación, así como en el fortalecimiento de capacidades que impulsen el crecimiento profesional y personal de cada colaborador.

Contamos con políticas y lineamientos que orientan nuestra gestión en materia de ética, igualdad de oportunidades, diversidad, bienestar laboral y desarrollo del talento, asegurando condiciones justas y equitativas para todos. Estas políticas se aplican de manera transversal en la organización, promoviendo una cultura basada en el respeto, la integridad y la corresponsabilidad. Realizamos evaluaciones periódicas de desempeño y mediciones de cultura organizacional, con la participación del **100% de los colaboradores**, esta última auditada por terceros.

También disponemos de mecanismos formales para que los colaboradores puedan solicitar orientación, plantear inquietudes o reportar situaciones relacionadas con el cumplimiento de las políticas internas, a través de nuestros canales de gestión humana, supervisión directa y procedimientos establecidos en el marco normativo interno.

A través de este enfoque, buscamos no solo atraer y retener talento, sino también contribuir al desarrollo de equipos comprometidos, diversos y alineados con los valores que guían nuestra operación.

Nuestra gestión del talento humano impacta principalmente al **ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico**, mediante la promoción de condiciones laborales justas, el respeto a los derechos laborales y el fortalecimiento del empleo y la empleabilidad. Asimismo, se vincula con el **ODS 4: Educación de calidad**, a través de programas de formación, capacitación y desarrollo

de capacidades, y con el **ODS 5: Igualdad de género**, evidenciado en la participación equitativa y el liderazgo femenino dentro de la organización.

De manera complementaria, las acciones orientadas al bienestar físico y mental de los colaboradores contribuyen al **ODS 3: Salud y bienestar**, mientras que las políticas de inclusión, diversidad y no discriminación se relacionan con el **ODS 10: Reducción de las desigualdades**, y el fortalecimiento del marco normativo interno con el **ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas**.

DERECHO A LA ASOCIACIÓN COLECTIVA

En alineación con el **Principio 3 del Pacto Global**, que exige a las empresas respetar la libertad de asociación y reconocer el derecho a la negociación colectiva, en Medcom hemos suscrito un **Acuerdo de Convención Colectiva** válido para el período comprendido entre 2023 y 2027.

Este principio fomenta el diálogo constructivo para establecer condiciones laborales justas y prevenir conflictos, siendo esencial para el trabajo decente y el desarrollo sostenible (ODS 8) y en el caso de Medcom este acuerdo fue consensuado entre los miembros del Sindicato de Trabajadores de Corporación Medcom Panamá -SITRACOME- y la empresa, de manera que los beneficios y condiciones allí resumidos, acogen las solicitudes que los representantes de los colaboradores sugieren para seguir construyendo una relación productiva para ambas partes, en condiciones apropiadas y salvaguardando los derechos de todos los equipos de trabajo.

Todos los beneficios acordados para el personal aplican a colaboradores con más de un año de antigüedad en la empresa y son de conocimiento de toda la plantilla pues se distribuye un ejemplar impreso para cada uno de ellos. La organización no cuenta con planes de beneficios definidos o complementarios de jubilación, distintos a los establecidos por la legislación vigente.

Además, en el año 2025, realizamos la **actualización del Reglamento Interno de Trabajo** y se inició la **revisión del Código de Conducta**, como parte de nuestro enfoque de mejora continua del marco normativo interno. Estos procesos permitieron reforzar la alineación con la legislación laboral vigente, clarificar lineamientos de comportamiento y convivencia y fortalecer prácticas organizacionales basadas en la ética, el respeto y la responsabilidad.

GESTIÓN DEL TALENTO Y CULTURA DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

En Medcom reconocemos y respetamos los derechos humanos como un principio transversal que orienta nuestra gestión, tanto dentro de la organización como en los contenidos que desarrollamos y difundimos. Promovemos un entorno laboral basado en el respeto, la dignidad, la igualdad de oportunidades y la no discriminación, valorando la diversidad en todas sus dimensiones. El año 2025 no registró ningún incidente por discriminación.

Este compromiso se refleja en nuestras políticas internas, prácticas de gestión humana y lineamientos editoriales, asegurando que nuestras actuaciones, tanto fuera como dentro de la pantalla, se desarrollen bajo criterios de inclusión, equidad y respeto hacia todas las personas.

Para sostener estos principios, contamos con un robusto cuerpo de políticas que aseguran el cumplimiento de los derechos humanos y laborales, de forma integral:

Política de Inclusión Laboral	
	 Política de VIH
	 Política de Denuncias Laborales
	 Política de Accidentes
	 Política de Disciplina
	 Política de Prácticas Profesionales

Para nosotros, las personas son el eje central de la organización. Al cierre de 2025, contamos con **338 colaboradores**, distribuidos en distintas áreas operativas, administrativas y de apoyo, y se hicieron 16 contrataciones con una rotación del 0.30%. No contamos con plazos mínimos de preaviso en la legislación por lo que los plazos aplicables dependen de la naturaleza de los cambios. Otros tipos de contratos y detalles se mantienen en la esfera de confidencialidad estratégica incluyendo los proveedores, freelance y otros.

En materia de inclusión y diversidad, **nuestra fuerza laboral** mantiene una distribución equilibrada por género, **con 46% de mujeres y 54% de hombres**, mientras que, en la estructura organizacional, un **55% del cargo de líderes, es ocupado por**

mujeres, porcentajes que se mantienen consistentes en comparación con el año 2024, demostrando el compromiso de la empresa con la igualdad de oportunidades y la promoción de entornos laborales inclusivos para todos sus colaboradores.

En esta categoría de líderes, con mayoría femenina, se incluyen los cargos correspondientes a Direcciones, Direcciones Adjuntas, Gerencias Senior y Gerencias.

CARGO		
Directores	-	2
Director Adjunto	3	4
Gerente Senior	2	5
Gerentes	7	12

En otros rangos de responsabilidad, también se aprecia una mayoría femenina:

CARGO		
Jefes / Productores Ejecutivos (26)	9	17
Supervisores (27)	10	17

No se identifica una brecha salarial de género significativa y el ratio de compensación total anual es de carácter confidencial. La compensación, promoción y desarrollo profesional se gestionan bajo criterios objetivos y equitativos, garantizando igualdad de oportunidades para todos los colaboradores, independientemente de su género y en consonancia con la **Estrategia de Remuneración** de la empresa.

A partir de esta composición de nuestra fuerza laboral, orientamos nuestra gestión humana al fortalecimiento de las capacidades de los colaboradores y al desarrollo de prácticas que promueven entornos de trabajo equitativos, responsables y sostenibles, las cuales se presentan a continuación.

DESARROLLO Y FORMACIÓN

Mediante el fortalecimiento continuo de las capacidades y competencias de nuestros colaboradores, Medcom impulsa su crecimiento profesional, fortalece el talento interno y refuerza su capacidad para responder de manera efectiva a los desafíos del entorno empresarial.

Durante el 2025, desarrollamos un amplio programa de capacitación que totalizó **4,048 horas de formación**, impactando directamente a **227 colaboradores** de distintas áreas y niveles de la organización con 5.8 horas promedio por colaborador. Estas acciones representaron una inversión de **\$123,573.97**, reflejando el compromiso sostenido con el desarrollo y crecimiento profesional del talento.

La oferta formativa incluyó **más de 500 temas de capacitación**, impartidos bajo diversas modalidades, tales como **cursos, seminarios, webinars, plataformas online y programas especiales**, que incluyeron tópicos como:

- Formación Ejecutiva Franklin Covey
- Liderazgo de Mandos Medios
- Inteligencia Artificial
- Formación en Ventas
- Educación Financiera
- Programa CRECER

PROGRAMA DE BECAS EN EL MARCO DE LA CONVENCIÓN COLECTIVA

Escuelas Primarias	25	Hijos de Colaboradores Beneficiados
Escuelas Secundarias	15	Hijos de Colaboradores Beneficiados
Licenciaturas	15	Colaboradores Beneficiados
Maestrías	4	Colaboradores Beneficiados

INVERSIÓN: \$38,225.00

También brindamos **cobertura del 100% para programas de maestrías y diplomados**, facilitando el acceso a formación de posgrado y especializada. Esta medida contribuyó al fortalecimiento de capacidades técnicas, alineadas con las necesidades estratégicas de la organización y los planes de desarrollo profesional de los colaboradores.

ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

Maestrías	10	Colaboradores Beneficiados
Diplomados	11	Colaboradores Beneficiados

INVERSIÓN: \$42,500

SALUD, BIENESTAR Y SEGURIDAD EN EL ENTORNO LABORAL

Promovemos un enfoque integral de salud, bienestar y seguridad, orientado a garantizar entornos de trabajo seguros, saludables y respetuosos para todos nuestros colaboradores. Este compromiso se ve reflejado en la acreditación otorgada por **el Instituto Great Place to Work, que nos ha reconocido durante 9 años consecutivos**, como resultado de prácticas sostenidas que fortalecen la confianza, el bienestar y la calidad del ambiente laboral.

A partir de este reconocimiento, la organización continúa implementando acciones orientadas al cuidado de la salud física y mental, así como a la prevención de riesgos y la promoción de una cultura de seguridad en el trabajo.

Salud preventiva

Desarrollamos **dos jornadas de vacunación contra la influenza y otras vacunas, impactando directamente a 181 colaboradores**. Asimismo, se llevó a cabo **una jornada de exámenes de función renal**, abierta tanto para colaboradores como para sus familiares, la cual se complementó con diversas **ferias de salud** realizadas a lo largo del año, orientadas a la prevención y promoción del autocuidado.

Adicionalmente, se brindó atención médica mediante consultas semanales con **el médico general, beneficiando a 248 colaboradores con 994 citas en el 2025**, facilitando el acceso a servicios básicos de salud y contribuyendo a la detección oportuna y prevención de enfermedades.

De manera complementaria, se fortalecieron las acciones orientadas al cuidado de la salud mental, mediante la disponibilidad de **atención psicológica** en modalidad presencial y virtual, a través de la cual se atendieron **94 colaboradores** que recibieron un total acumulado en el año de **192 citas confidenciales**, promoviendo espacios de escucha, acompañamiento y orientación enfocados en el bienestar emocional y la prevención de riesgos psicosociales.

Si bien desarrollamos diversas iniciativas orientadas a promover la salud, el bienestar y la seguridad de los colaboradores, durante el período reportado no contamos con un sistema formalizado de gestión de salud y seguridad ocupacional que permitiera atender y reportar integralmente todos los aspectos requeridos por los Estándares GRI en esta materia. Como parte de su proceso de mejora continua y fortalecimiento de la gestión ASG, hemos identificado esta materia como una oportunidad de desarrollo y prevemos avanzar durante 2026 en la revisión, estructuración y formalización de los procesos y mecanismos de seguimiento con el objetivo de ampliar progresivamente el alcance de su reporte.



Bienestar, convivencia organizacional y familiar

Impulsamos iniciativas orientadas al fomento de la actividad física, promoviendo la participación de los colaboradores en espacios recreativos y deportivos que contribuyen a la adopción de hábitos saludables, la integración y el fortalecimiento del trabajo en equipo.

LIGAS DEPORTIVAS 2025	
Softball	72 hombres
Voleibol mixto	28 mujeres / 31 hombres
Fútbol (femenina y masculina)	30 mujeres / 70 hombres
Bolos	12 mujeres / 36 hombres



Estas iniciativas favorecen un entorno laboral más saludable y participativo, fortaleciendo el bienestar físico de los colaboradores y contribuyendo a una cultura organizacional orientada al cuidado, la convivencia y la calidad de vida en el trabajo.

Desarrollamos diversas ferias dirigidas a los colaboradores, en alianza con proveedores y aliados estratégicos, facilitando el acceso a servicios e insumos de interés, promoviendo el bienestar integral y generando espacios de cercanía y participación dentro de la organización.

- Feria libre y venta especial de Melo
- Feria escolar
- Feria de proveedores
- Bazar literario
- Circuito saludable
- Feria de bienestar

Por otra parte, para fortalecer la integración y el clima organizacional, desarrollamos **actividades institucionales dirigidas a los colaboradores y sus familias**, entre las que se incluyen la **celebración de la Fiesta de Navidad para colaboradores**, con una participación superior a **300 asistentes**, y la **Fiesta de Navidad para los hijos de los colaboradores**, que contó con más de **250 invitados**.



CIRCUITO
SALUDABLE

¡La prevención está en tus manos!

Toma el control de tu salud

MIÉRCOLES 19 DE FEBRERO

9:30 A.M. A 1:30 P.M.

PISO 2

SERVICIOS QUE PODRÁS RECIBIR:

- Examen de la vista
- Evaluación odontológica
- Medición de:
 - Glucemia capilar
 - Toma de presión arterial
 - Talla y peso
- Recomendaciones médicas y nutricionales
- Orientación de trámites de prestaciones económicas (Portal Mi Caja Digital)
- Trámites de citas médicas (CSS)
- Cápsulas educativas (Salón RPC Radio):
 - Pausas activas y cuidado de espalda
 - Promoción de salud y prevención de enfermedades
 - Educación al paciente diabético
 - Manejo del estrés laboral
 - Cuidado de la voz

INSCRÍBETE AQUÍ

Beneficios

Great Place to Work

ASAM

OPTICAS SOSA arango

lensman revilla



Adicionalmente, se llevaron a cabo diversas dinámicas de reconocimiento e integración, tales como la **entrega de camisetas de la Selección de Panamá**, las **celebraciones del Día del Padre y del Día de la Madre**, la **entrega de la tradicional rosca navideña de pan**, y la **Celebración Anual de Reconocimiento por Antigüedad**, integrada a la Fiesta de Navidad mediante un video corporativo.

Seguridad y prevención de riesgos laborales

Registramos 5 accidentes laborales, los cuales **no generaron consecuencias mayores** y fueron **atendidos de manera oportuna**, conforme a los protocolos internos establecidos. La gestión de estos casos permitió reforzar las medidas preventivas y continuar fortaleciendo entornos de trabajo seguros para nuestros colaboradores.

EQUILIBRIO VIDA - TRABAJO

Promover un equilibrio adecuado entre la vida personal y laboral de nuestros colaboradores es un componente de nuestra gestión del talento humano. Reconocemos que el bienestar integral influye directamente en el desempeño, la motivación y la calidad de vida, por lo que impulsamos iniciativas y condiciones que favorezcan la conciliación de responsabilidades profesionales y personales.

En este sentido, contamos con políticas y lineamientos orientados a fomentar entornos laborales flexibles, respetuosos y centrados en las personas, que contribuyan a fortalecer el bienestar, la productividad y el compromiso de nuestros equipos.

- Política de Permisos Especiales
- Política de Teletrabajo
- Política de Uso de Cuarto de Lactancia
- Política de Vacaciones
- Política de Reconocimientos

TALENTO JOVEN Y EMPLEABILIDAD

Durante el período reportado, **recibimos un total de 178 practicantes**, a quienes brindamos oportunidades de aprendizaje práctico, formación y acompañamiento profesional en distintas áreas de la organización, contribuyendo al fortalecimiento de sus competencias y a su inserción en el entorno laboral formal.

PRACTICANTES 2025	
99	Practicantes Universitarios
54	Practicantes Voluntarios
14	Practicantes Escolares
11	Practicantes Trainee
1	participante escolar del programa social "Padrino Empresario"

Como resultado de este proceso, **el 25 % de las vacantes disponibles, equivalentes a 10 posiciones**, fueron cubiertas por practicantes, reflejando nuestro compromiso con la empleabilidad juvenil y la generación de oportunidades de crecimiento dentro de la organización.



EN NUESTROS CONTENIDOS



A través de la producción y difusión de contenidos, la organización contribuye al cumplimiento de diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). De manera prioritaria, se impacta el **ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas**, mediante la promoción del acceso a información verificada, el fortalecimiento del debate público y la pluralidad de voces; y el **ODS 4: Educación de calidad**, a través de contenidos culturales y formativos dirigidos a distintas audiencias.

De forma complementaria, la programación contribuye al **ODS 10: Reducción de las desigualdades**, al visibilizar realidades sociales y promover la inclusión de diversas perspectivas; al **ODS 3: Salud y bienestar**, mediante contenidos orientados a la prevención, el bienestar y el apoyo a causas sociales; y al **ODS 5: Igualdad de género**, a través de iniciativas que destacan el liderazgo y la participación de las mujeres en la sociedad. Asimismo, ciertas producciones se desarrollan en articulación con organizaciones y aliados estratégicos, contribuyendo al **ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos**.

La producción y difusión de contenidos constituye el eje central de nuestra gestión y el principal vehículo a través del cual interactuamos con la sociedad. Mediante nuestras distintas plataformas, ofrecemos una programación diversa que incluye espacios informativos, programas de análisis, contenidos que generan conocimiento, culturales, de entretenimiento y producciones especiales, abordando temáticas de relevancia nacional e internacional.

Nuestro enfoque editorial se sustenta en principios de veracidad y responsabilidad, promoviendo un ejercicio comunicacional ético y alineado a la normativa vigente. De esta manera, aseguramos que nuestros contenidos se desarrollen bajo

criterios profesionales que fortalecen la confianza de nuestras audiencias y contribuyen al acceso a información de calidad.

Este componente corresponde al pilar estratégico **CONTENIDO CON PROPÓSITO**, bajo el cual se alinean las acciones comprendidas en tres marcos de actuación: **Cultura Local, Educación con Valores, Libertad de Expresión**.

Seguidamente describimos nuestra oferta de contenidos:

INFORMATIVOS

Contiene espacios orientados a la cobertura, análisis y difusión de los acontecimientos más relevantes a nivel nacional e internacional. A través de noticieros, entrevistas y programas de opinión, se promueve el acceso a información verificada, oportuna y de interés público.

● **Telemetro Reporta:** Este noticiero se consolida como el **eje central de nuestra oferta informativa televisiva** y es el líder de audiencias a nivel nacional, con una programación sostenida y de alta frecuencia a lo largo de toda la semana con **22 emisiones semanales**, distribuidas en cuatro ediciones diarias de lunes a viernes y emisiones los días sábado y domingo, lo que representa **1,534 horas anuales de transmisión**.

reporta

MATUTINO 6:00 A.M.

MEDIODÍA 12:00 M.

ESTELAR 6:00 P.M.

FIN DE SEMANA 6:00 P.M.

LÍDER EN NOTICIAS

medcomgo | X @TReporta | f TReporta

Telemetro Reporta | telemetro.com

Su línea editorial prioriza la cobertura de acontecimientos de interés nacional e internacional, combinando el seguimiento informativo cotidiano con transmisiones especiales en vivo, reportajes de investigación y el desarrollo de contenidos especializados. A través de este espacio, reforzamos nuestro compromiso con una información rigurosa y contextualizada, posicionándonos como el principal referente informativo del país.

Además, se involucran contenidos con propósitos sociales, de denuncia comunitaria, casos de ayuda médica o educativa, secciones especializadas de tecnología, ambiente, espacios inspiradores como Mentores Brillantes y Cambiando Vidas que contribuyen a que el noticiero mantenga un importante **balance entre la información noticiosa y el contenido social** y que son detallados más adelante en la sección de Contenidos con Impacto Social.

●**Debate Abierto:** Programa de análisis y debate que aborda los principales temas de la agenda nacional e inclusive internacional, desde distintas perspectivas. Bajo la conducción del periodista Hugo Famanía y el sociólogo Danilo Toro, el espacio fomenta conversaciones estructuradas que permiten examinar los acontecimientos con mayor profundidad y contexto.



El programa contó con la participación de actores relevantes del ámbito político y social, incluyendo diputados, ministros, expresidentes y dirigentes, quienes aportaron diversas miradas sobre asuntos de interés público. A través de este formato, promovemos el intercambio respetuoso de ideas entre todas las partes e ideologías y contribuimos a una comprensión más amplia de los temas que inciden en la vida institucional y democrática del país.

Horas Emitidas	115:26:00
Alcance de Personas Promedio	
966,363	

●**Cara a Cara:** Programa semanal de entrevistas dedicado al examen de los temas que marcan la agenda nacional. A través de conversaciones *uno a uno* con actores relevantes, el espacio profundiza en los elementos estructurales y coyunturales que inciden en la realidad del país.

El formato permite desarrollar entrevistas extensas que facilitan el contraste de posiciones, la explicación de decisiones y la exposición de distintos enfoques sobre asuntos de interés colectivo.

Horas Emitidas	24:16
Alcance de Personas Promedio	
596,311	

●**Hechos 2025:** Producción especial en la que el equipo periodístico de Telemetro Reporta, realiza un balance de los acontecimientos más relevantes del año, tanto a nivel nacional como internacional. A través de un recuento noticioso, se presentan los hechos que marcaron la agenda política, económica, social y cultural.

Horas Emitidas	1:28
Alcance de Personas Promedio	
302,686	



●**Cumbre Ejecutiva:** Relevante espacio de información e intercambio de conocimientos organizado por RPC Radio, en el que se dan cita empresarios, líderes de diversas industrias y actividades económicas del país y autoridades, con el propósito de analizar a profundidad temas de gran impacto nacional. En 2025 se realizaron **3 cumbres** con los temas: Panamá: Perspectivas Económicas y Oportunidades, Panamá: Hub Logístico del Futuro y Panamá: Potencia Digital. Todas fueron transmitidas por RPC Radio y retransmitidas por ECO.

●**ECO News:** Transmitido semanalmente a través de nuestro canal premium ECO, este noticiero cuenta con una duración de 30 minutos y está orientado a la presentación y contextualización de los principales acontecimientos de la semana. Asimismo, incorpora información internacional de interés, integrando una visión más amplia del entorno global y su posible incidencia en la realidad nacional.

A través de este formato, fortalecemos una oferta informativa especializada dirigida a audiencias que demandan contenidos de mayor profundidad.

Horas Emitidas	99:34
Horas Emitidas con Retransmisiones	
482	



●**Cuarto Poder:** Se posiciona como un espacio informativo de actualización diaria, enfocado en el examen de los acontecimientos que marcan la agenda nacional. Su formato combina la revisión de noticias con entrevistas en estudio, permitiendo ampliar los distintos enfoques sobre temas políticos, económicos y sociales de interés público.

Horas Emitidas	209:53:00
Alcance de Personas Promedio	
714,938	

●**Radiografía:** Concebido como un punto de encuentro para el análisis de la coyuntura nacional; en este espacio, se abordan de lunes a viernes los temas que inciden en la agenda pública. Mediante entrevistas con actores representativos de distintos sectores, el programa facilita el intercambio de posturas y la exposición de argumentos, promoviendo un diálogo responsable sobre los asuntos de interés colectivo.

Horas Emitidas	341:42
Horas Emitidas con Retransmisiones	
1,080	

●**Perfiles 360:** El programa abre un espacio de conversación cercano y humano, donde líderes profesionales y referentes de distintos ámbitos comparten las historias detrás de sus logros. Más allá de sus cargos o reconocimientos, las entrevistas profundizan en los retos superados, las decisiones que marcaron su camino y el impacto de su trabajo en la sociedad.

Horas Emitidas	9:89
Horas Emitidas con Retransmisiones	
1,920	



● **En Contexto:** Espacio de entrevistas en el que se abordan los asuntos de mayor relevancia en el ámbito nacional, examinándolos desde distintas perspectivas y con el acompañamiento de voces especializadas. A través del diálogo se profundiza en los factores que inciden en cada tema y en sus implicaciones para el país.

Horas Emitidas	102:61
Horas Emitidas con Retransmisiones	
1,056	



● **Noticiero RPC Radio:** Con una presencia diaria que acompaña la jornada informativa del país, este noticiero radial emitido por la emisora más antigua de Panamá ofrece **cuatro emisiones de lunes a viernes y dos ediciones durante el fin de semana**, asegurando actualización permanente sobre los acontecimientos más relevantes de la agenda nacional.

Adicionalmente, a lo largo de la jornada se incorporan micros informativos cada media hora, sumando aproximadamente **50 emisiones semanales, acumulando 2,600 transmisiones** durante el año 2025. En este espacio se actualiza a la audiencia con un resumen ágil de las principales noticias nacionales, internacionales y deportivas.

Horas Emitidas	572
----------------	-----

● **Tecnología:** Segmento informativo integrado al noticiero de Telemetro Reporta, enfocado en explicar los avances tecnológicos y su impacto en la vida cotidiana. A través de reportajes breves y actualizados, aborda temas como inteligencia artificial, aplicaciones móviles, ciberseguridad, redes sociales y tendencias digitales, traduciendo la tecnología en información clara, útil y comprensible para el público general.

El segmento presenta tanto los beneficios como los riesgos del entorno digital, incluyendo aspectos como fraudes en línea, protección de datos y uso responsable de herramientas tecnológicas, combinando actualidad con un enfoque educativo que permite a la audiencia comprender mejor cómo estas innovaciones influyen en su vida diaria, su entorno laboral y su seguridad.

Horas Emitidas	3:50
----------------	------

DE IMPACTO SOCIAL

Agrupar programas y espacios televisivos orientados a visibilizar realidades sociales, promover causas de interés público y generar un impacto positivo en la comunidad.

● **Gala Oye Mujer:** En su tercera edición se consolidó como una plataforma que celebra e inspira a través de historias y testimonios de impacto. En sus tres versiones, hemos contado las historias de **más de 100 mujeres** que se destacan en **12 diferentes ámbitos**, visibilizando su talento, liderazgo y compromiso con la sociedad.

Se transmitieron en total **4 especiales televisivos** emitidos en horario estelar, una **antesala** y el **show** completo de la Gala para un total de **6 contenidos** de gran calidad audiovisual y mensajes contundentes sobre el liderazgo femenino que además, contaron con **múltiples retransmisiones** adicionales que magnificaron su mensaje.

Su impacto digital incluye más de **69,000 visualizaciones** en YouTube; **536,000 visualizaciones** en Instagram y un alcance total de **788,000 personas** y **952,000 impresiones**. Sus etiquetas alcanzaron **1.2 millones de impresiones** con #GalaOYEMujer y **2.8 millones de impresiones** con #MasMujeres.

Horas Emitidas	95.30
Alcance de Personas Promedio	
65,000	

● **Mundial del Barrio:** Proyecto social que une el fútbol con la formación y práctica en valores para niños, niñas y adolescentes de sectores con vulnerabilidad socioeconómica de las **10 provincias** del país. Contó con la participación de **5,300 beneficiarios**, en edades de 5 a 15 años distribuidos en **37 sedes** a nivel nacional.

Se realizaron **más de 1,400 partidos** de los cuales **20 fueron transmitidos** por las señales de RPC, RPC Radio, COS y las plataformas digitales.

En todas las sedes se realizan charlas con temas como el trabajo en equipo, comunicación, respeto a la autoridad y liderazgo, como requisitos para ingresar a la cancha de juegos, logrando un total de **126 horas** de formación.

Horas Emitidas	09:36
Alcance de Personas Promedio	
147,671	

● **Cambiando Vidas:** Espacio que se produce y se integra en los contenidos de Telemetro Reporta, como aporte social en la búsqueda de soluciones de problemas vinculados a salud, educación y bienestar de familias y personas en situación de extrema pobreza.

Uno de sus principales componentes es la reinserción social de personas que viven en situación de calle producto de la dependencia de drogas. Se logran rescates colectivos y se da seguimiento a sus historias a lo largo del tiempo para mostrar con evidencia que es posible desvincularse de la drogodependencia.

Igualmente se atienden casos de ayuda social a familias con necesidades muy acuciantes.

CASO ATENDIDO

OPERACIÓN PRINCESA
 ÑURUM
 13 AL 20 DE ENERO

Detalles y Resultados:
 Construcción de una casa en la comarca indígena Ngäbe Buglé con agua potable, electricidad solar, baño higiénico, 3 habitaciones.

CASO ATENDIDO

OPERACIÓN PRINCESA / CENTRO DE SALUD
 ÑURUM
 13 AL 20 DE ENERO

Detalles y Resultados:
 *Entrega de medicamentos e insumos médicos al centro de salud de la comunidad.
 *Se realizó una feria de salud.
 *Gestión con el Ministerio de Salud para entrega de una ambulancia para el sector.



CASO ATENDIDO

OPERACIÓN COMARCA
 ÑURUM
 9 DE MARZO

Detalles y Resultados:
 Entrega de útiles escolares, uniformes y calzados a 120 estudiantes

CASO ATENDIDO

RETO CAMBIANDO VIDAS
 27 DE MARZO

Detalles y Resultados:
 Apoyo para la cirugía del niño Kenneth Mendoza, en Colombia, por tumor en el rostro.

CASO ATENDIDO

RETO DE VIVIENDA ESPOSOS LUCAS TOCUMEN 1º ABRIL

Detalles y Resultados:

Vecinos y voluntarios se unieron para **remodelar y adecuar el hogar** de una pareja de adultos mayores que vivían en condiciones de abandono, sin agua y sin energía eléctrica.

CASO ATENDIDO

RETO FAMILIA VERGARA LAS GARZAS 18 AL 23 DE DICIEMBRE

Detalles y Resultados:

***Mejoras y acondicionamiento de la vivienda** y sus accesos para los dos hijos con discapacidades de movilización.

***Capital semilla** e insumos para el sostenimiento de la familia.

CASO ATENDIDO

OPERATIVO DE LIMPIEZA ARRAJÁN 28 DE OCTUBRE

Detalles y Resultados:

Integrantes del Centro de Restauración Cambiando Vidas y vecinos de Ciudad Esperanza realizaron **operativo de limpieza** de basura y herbazales.

CASO ATENDIDO

FIESTA NAVIDEÑA SAN JUAN / COLÓN 24 DE DICIEMBRE

Detalles y Resultados:

Entrega de juguetes y regalos a niños de la comunidad indígena Madroñal.

CASO ATENDIDO

HOMENAJE A LAS MADRES 5 DE DICIEMBRE

Detalles y Resultados:

Homenaje a **10 madres** de distintas provincias y casos de vida sensitivos, recibieron una celebración y bonos de supermercado por 300.00 para cada una.

Horas Emitidas

65:00

● **Mentes Brillantes:** Segmento del noticiero Telemetro Reporta que presenta casos de ciudadanos destacados en múltiples facetas del acontecer nacional que incluyen las ciencias, la educación, las artes, la trayectoria social, entre muchos otros temas.

Cada caso pone en evidencia los ejemplos de preparación, estudio y trabajo, como valores para alcanzar las metas propuestas.

CASO ATENDIDO

OPERACIÓN DE RESCATE CHILIBRE 6 DE DICIEMBRE

Detalles y Resultados:

Rescate e ingreso de un joven con más de 5 años de vivir en situación de calle. Actualmente se mantiene en su proceso de rehabilitación.

Horas Emitidas

5:10

● **Telemetro Reporta Verde:** Espacio periodístico enfocado en temas ambientales y de sostenibilidad en Panamá, que presenta reportajes sobre la relación entre el ser humano y la naturaleza, abordando tanto los desafíos ambientales como las soluciones que se desarrollan en el país.

Asimismo, destaca el trabajo de ambientalistas, emprendedores y organizaciones comprometidas con la protección del entorno, funcionando como una herramienta de educación y sensibilización que promueve una mayor conciencia ecológica y fomenta hábitos responsables.



Horas Emitidas	4:10
----------------	------

VARIEDAD Y ENTRETENIMIENTO

Esta categoría agrupa contenidos orientados a ofrecer espacios de esparcimiento que combinan entretenimiento con elementos formativos y de interés general. A través de programas de concursos, revistas, espectáculos y producciones especiales, se promueve la participación de la audiencia, la expresión del talento y la difusión de contenidos accesibles para diversos públicos.

● **Tu Mañana:** Revista matutina transmitida de lunes a viernes, con **15 horas semanales al aire**, que desde hace **18 años consecutivos** acompaña a la audiencia en el inicio de su jornada. A lo largo de su trayectoria, el programa ha construido una relación cercana y sostenida con el público, convirtiéndose en un punto de encuentro diario donde convergen información práctica, orientación y experiencias compartidas.

Su estructura combina segmentos en estudio con activaciones en exteriores, lo que permite un contacto directo con la comunidad y una presencia activa en distintos espacios del país. Esta dinámica fortalece la interacción con la audiencia y amplía el alcance del contenido.



Dentro de su programación se incluyen **segmentos educativos, de salud y bienestar, emprendimiento y orientación ciudadana**, así como entrevistas a representantes **fundaciones, especialistas y autoridades nacionales**. A través de estos espacios, el programa aborda temas sociales, culturales y económicos de interés colectivo, generando conversaciones que aportan valor, visibilizan iniciativas, impulsan el talento local y a los microemprendedores y acercan información relevante a los hogares panameños.



Horas Emitidas	767:35
Alcance de Personas Promedio	
1,915,439	

● **Calle 7:** Programa de competencias televisivas que enfrenta a sus participantes en dinámicas de alto rendimiento físico y mental, estructuradas bajo un formato de equipos identificados por los colores rojo y amarillo. A través de retos diseñados para poner a prueba la resistencia, la disciplina y la estrategia colectiva, el espacio promueve la sana competencia, el trabajo en equipo y el respeto por las reglas.



Más allá de la dinámica en estudio, el programa ha fortalecido su **dimensión social** mediante la **promoción de mensajes positivos**, como el rechazo al acoso escolar, a través de **visitas a centros educativos** en distintas provincias del país, transmitiendo un mensaje firme de rechazo a esta conducta, visibilizando la importancia de romper el silencio y fomentando la convivencia respetuosa entre niños y jóvenes.



Adicionalmente, participa activamente en **jornadas comunitarias**, incluyendo **visitas a hospitales** y **presencia en ferias nacionales**, lo que permite una interacción directa con la audiencia y un acompañamiento solidario en diversos espacios del país. Estas acciones amplían su alcance más allá de la pantalla, consolidando su aporte en la **promoción de valores positivos** y el bienestar colectivo.



PROVINCIAS	CANTIDAD DE ACTIVIDADES
Panamá	16
Colón	1
Panamá Oeste	3
Darién	1
Horas Emitidas	462:20
Alcance de Personas Promedio	
2,811,332	

● **Yo Me Llamo:** Competencia musical que reúne a participantes dispuestos a asumir el reto de interpretar a reconocidos artistas, recreando su voz, estilo y puesta en escena frente a un jurado especializado que evalúa cada presentación. El formato destaca la preparación, el compromiso y la evolución artística de los concursantes a lo largo de la temporada.

El programa corresponde a la adaptación panameña de una exitosa franquicia internacional y se ha consolidado como una vitrina para el talento local, promoviendo la expresión cultural y el desarrollo artístico en el país.

Horas Emitidas	17:27
Alcance de Personas Promedio	
1,065,725	

● **Teletón 20-30:** Como parte de nuestro compromiso con las iniciativas de alto impacto social en el país, transmitimos anualmente la Teletón 20-30, jornada solidaria de alcance nacional orientada a la recaudación de fondos para proyectos de salud y bienestar en beneficio de poblaciones vulnerables.

A través de nuestros diversos medios, facilitamos la difusión continua del evento, promoviendo la participación ciudadana, la cultura de donación y el sentido de corresponsabilidad social. La transmisión no solo amplifica el mensaje de solidaridad, sino que también contribuye a movilizar recursos y voluntades en favor de causas prioritarias para el desarrollo social del país.

Horas Emitidas	29:11
Alcance de Personas Promedio	
352,615	



● **Talenpro:** Festival intercolegial de talento con propósito que reúne a estudiantes de educación media de distintos centros educativos del país, quienes compiten en categorías artísticas como canto, baile, composición y producción audiovisual. Más allá de la competencia, el proyecto integra un componente formativo y social que promueve valores como el liderazgo, la solidaridad y el compromiso comunitario.

A través de su transmisión, amplificamos una plataforma que impulsa el desarrollo integral de la juventud, fomenta la creatividad y visibiliza el talento nacional, al tiempo que respalda iniciativas de impacto social en beneficio de comunidades educativas.

Horas Emitidas	3:21
Alcance de Personas Promedio	
280,963	

● **Como Dice el Dicho:** Serie de ficción que presenta historias inspiradas en refranes populares, a partir de los cuales se desarrollan relatos que abordan situaciones de la vida cotidiana. Cada episodio plantea conflictos familiares, sociales o personales, ofreciendo reflexiones sobre valores, toma de decisiones y consecuencias de los actos.

La producción, realizada por Televisa, forma parte de la oferta de contenidos internacionales que pasan por nuestras pantallas, ampliando la diversidad temática de la programación.

Horas Emitidas	137:52
Alcance de Personas Promedio	
1,280,950	

● **Toy o no Toy:** Espacio orientado a visibilizar iniciativas de negocio lideradas por emprendedores nacionales, quienes presentan sus propuestas con el objetivo de obtener respaldo, orientación y oportunidades para impulsar el crecimiento de sus proyectos.

Horas Emitidas	11:42
Alcance de Personas Promedio	
789,903	

● **El Brunch:** Programa radial dirigido a una audiencia joven y adulta que combina actualidad y entretenimiento en un formato ágil y participativo. Con un estilo espontáneo y desenfadado, integra distintos segmentos que se ajustan a los temas del momento, generando conversaciones cercanas y un ambiente fresco que favorece la interacción con los oyentes.

Horas Emitidas	780
----------------	-----

● **La Tarde Espectacular:** Concebido como un espacio de análisis en formato radial, el programa aborda asuntos de interés nacional desde una perspectiva accesible y orientada a la audiencia. Su dinámica incorpora la participación de los oyentes a través de llamadas telefónicas, integrando sus opiniones y experiencias en la conversación.

Esta interacción constante fortalece el vínculo con la ciudadanía y convierte al espacio en una plataforma donde las inquietudes, propuestas y puntos de vista del público adquieren protagonismo dentro del debate.

Horas Emitidas	520
----------------	-----

● **Desfile de Navidad:** Cobertura en vivo desde Calle 50 del tradicional desfile navideño, iniciativa que reunió a la empresa privada y a la Alcaldía de Panamá en una celebración abierta a toda la ciudadanía. El evento congregó a familias, agrupaciones artísticas, delegaciones y marcas patrocinadoras en un recorrido lleno de música, color y espíritu festivo.

Horas Emitidas	137:52
Alcance de Personas Promedio	
465,760	

CÍVICO, HISTÓRICO Y CULTURAL

Agrupamos contenidos orientados a **fortalecer la identidad nacional, preservar la memoria histórica y promover el respeto por los valores cívicos** que sustentan la vida democrática. A través de transmisiones especiales, documentales, coberturas conmemorativas y espacios culturales, se contribuye a la difusión del patrimonio, las tradiciones y los hitos que forman parte de la historia del país.

● **Himno Nacional:** En apego a la normativa que rige a los medios de comunicación en Panamá y como expresión de respeto hacia los símbolos patrios, la empresa realiza la transmisión diaria del Himno Nacional a través de sus señales televisivas. Esta difusión se efectúa en los horarios establecidos de 1:45 a.m. y 5:00 a.m., reafirmando el compromiso con las disposiciones legales vigentes y con la promoción de los valores cívicos que fortalecen la identidad nacional.

Horas Emitidas	18:15
Alcance de Personas Promedio	
328,828	

● **Concurso Nacional de Oratoria:** Transmisión del certamen académico que reúne a los mejores oradores estudiantiles de cada provincia del país, quienes representan a sus regiones en una competencia basada en la exposición y argumentación de temas de relevancia nacional. A través de discursos estructurados y fundamentados, los participantes abordan desafíos sociales, económicos y culturales que inciden en el desarrollo del país.

Horas Emitidas	4:00
Alcance de Personas Promedio	
181,708	

● **Transmisión de Desfiles Patrios y Dianas:** Realizamos la cobertura y transmisión de los desfiles patrios y las tradicionales dianas en honor a la patria, actos que congregan a estudiantes, bandas independientes, instituciones públicas y ciudadanía en general en distintas regiones del país.

Horas Emitidas	5:30
Alcance de Personas Promedio	
414,650	

● **A lo Panameño:** Programa dedicado a exaltar el folclore y las manifestaciones culturales de Panamá, destacando tradiciones, música, danzas, expresiones artísticas y costumbres que forman parte de la identidad nacional. A través de reportajes, presentaciones y segmentos temáticos, el espacio contribuye a la preservación y difusión del patrimonio cultural, promoviendo el reconocimiento y valoración de las raíces que enriquecen la diversidad del país.

Horas Emitidas	46:17
Alcance de Personas Promedio	
1,403,690	



● **Panamá Quiero Verde:** Serie de programas especiales que invita a descubrir aquellos elementos que distinguen el folclore, la cultura y las tradiciones que hacen única a Panamá. A través de recorridos, entrevistas y segmentos temáticos, el espacio pone en valor expresiones artísticas, costumbres y manifestaciones propias de las distintas regiones del país.



La producción es conducida por seis reconocidas figuras nacionales, quienes aportan cercanía y dinamismo a cada entrega, fortaleciendo el vínculo con la audiencia y promoviendo el orgullo por la identidad panameña.

Horas Emitidas	3:05
Alcance de Personas Promedio	
704,407	

● **Desfile de las Mil Polleras:** Transmisión en vivo desde el distrito de Las Tablas de un desfile dedicado a exaltar la pollera en sus diversas modalidades, resaltando la riqueza de sus diseños, técnicas y variantes regionales. Este evento honra especialmente la labor de las artesanas, cuyo trabajo preserva y mantiene viva una de las expresiones más emblemáticas del folclore nacional.

Horas Emitidas	5:13
Alcance de Personas Promedio	
303,540	

● **Nacido para Triunfar:** Espacio de entrevistas en el que destacadas figuras del acontecer nacional conversan con la periodista Jenia Nenzen sobre sus trayectorias, experiencias y momentos decisivos que marcaron su camino. A través de relatos personales y reflexiones, el programa profundiza en los desafíos superados y en las contribuciones realizadas al desarrollo del país.



Horas Emitidas	3:28
Alcance de Personas Promedio	
623,232	

● **Tu Canal al Día:** Programa en el que representantes de la Autoridad del Canal de Panamá presentan información actualizada sobre la administración y los desafíos que enfrenta la vía interoceánica. Este espacio contribuye a acercar a la ciudadanía al funcionamiento de una de las infraestructuras más importantes del país, promoviendo mayor comprensión sobre su impacto en la economía nacional y en el comercio marítimo internacional.

Horas Emitidas	6:37
Alcance de Personas Promedio	
402,589	

RELIGIOSO

Contiene espacios orientados a la difusión de mensajes de fe, reflexión y valores espirituales que forman parte de la vida de una parte significativa de la audiencia. A través de transmisiones especiales, celebraciones litúrgicas y programas de orientación espiritual, se promueven principios como la paz, la solidaridad, el respeto y la esperanza.

● **La Santa Misa Diaria:** Producimos y transmitimos diariamente la Santa Misa desde nuestros estudios, un espacio que permite a la audiencia acompañar la celebración litúrgica y mantener un momento de reflexión espiritual desde sus hogares. La transmisión se realiza a través de nuestras señales de televisión abierta Telemetro y RPC Televisión, así como en el canal de televisión premium ECO TV.



Adicionalmente, la celebración es publicada en nuestro canal de YouTube para facilitar su acceso en formato digital, ampliando su alcance a audiencias que consumen contenidos a través de plataformas en línea. Como complemento, el sacerdote encargado de la celebración comparte breves mensajes vinculados a la palabra del día, los cuales son difundidos a través de nuestras redes sociales, fortaleciendo la conexión con la audiencia y promoviendo espacios de reflexión en el entorno digital.

Horas Emitidas	136:10
Alcance de Personas Promedio	
626,598	

● **La Santa Misa Dominical:** Cada domingo transmitimos la celebración de la Santa Misa a través de Telemetro, ofreciendo a la audiencia un espacio de acompañamiento espiritual y reflexión. Esta transmisión permite que personas de distintas comunidades puedan participar de la celebración religiosa desde sus hogares.

Horas Emitidas	46:44
Alcance de Personas Promedio	
631.327	

● **La Rosa de Guadalupe:** Serie de dramatización que presenta historias inspiradas en situaciones de la vida cotidiana, abordando temas familiares y sociales desde una perspectiva de reflexión y esperanza. A través de distintos relatos, los episodios transmiten mensajes vinculados a valores como la solidaridad, el respeto y la fe, invitando a la audiencia a reflexionar sobre los desafíos que enfrentan las personas y las familias en su realidad actual. Esta producción, realizada por Televisa, forma parte de nuestra programación y contribuye a promover contenidos con mensajes positivos para la audiencia.

Horas Emitidas	506:26
Alcance de Personas Promedio	
2,078,611	

● **Procesiones desde el Casco Antiguo:** Cada año llevamos a la audiencia la cobertura de las tradicionales procesiones que se realizan en el Casco Antiguo de Panamá durante la Semana Santa, una de las celebraciones religiosas más significativas para la población. A través de esta transmisión especial, mostramos el desarrollo de los recorridos, la participación de las hermandades y la devoción de los fieles que acompañan estas manifestaciones de fe. Para el año 2025 incorporamos además espacios de interacción directa con los asistentes, permitiendo compartir testimonios e historias personales que reflejan el significado espiritual y cultural de esta tradición para miles de panameños.

Horas Emitidas	5:41
Alcance de Personas Promedio	
626,160	

● **Procesión y Misa Solemne de Jesús Nazareno de Atalaya:** Cobertura en vivo desde la Basílica Menor Jesús Nazareno de Atalaya en la provincia de Veraguas, de una de las manifestaciones de fe más representativas del país, donde miles de fieles se congregan para participar en la Eucaristía y procesión del Cristo Negro de Atalaya. Durante esta jornada, los asistentes acuden movidos por la devoción, ya sea para agradecer favores recibidos o para elevar peticiones, en un ambiente de profunda espiritualidad.

Horas Emitidas	3:39
Alcance de Personas Promedio	
171,671	

● **Procesión del Cristo Negro de Portobelo:** Cobertura en vivo desde Portobelo de una de las manifestaciones religiosas más emblemáticas del país, celebrada cada 21 de octubre en honor al Cristo Negro. Miles de peregrinos, muchos de ellos vestidos de morado, llegan a este histórico destino para participar en una jornada marcada por la devoción, el agradecimiento y la fe.

● **Fallecimiento y honras fúnebres del Papa Francisco:** Ante el fallecimiento de Papa Francisco, realizamos una cobertura especial orientada a informar a la audiencia sobre el desarrollo de los actos litúrgicos y ceremoniales asociados a sus honras fúnebres. A través de transmisiones y espacios informativos, se dio seguimiento a los principales momentos de este acontecimiento de relevancia mundial, incorporando contexto, análisis y reacciones que permitieron comprender su impacto en la comunidad católica y en la esfera internacional.

Horas Emitidas	4:32
Alcance de Personas Promedio	
305,630	



● **Relatos de fe y milagros guadalupanos:** Nuestra periodista Jenia Nenzen realiza una entrevista exclusiva a Monseñor Eduardo Chávez Sánchez, reconocido especialista en los acontecimientos guadalupanos, quien ha dedicado su trayectoria a la investigación y difusión de la devoción a la Virgen de Guadalupe. Durante el espacio, se comparten testimonios de feligreses que relatan experiencias vinculadas a su fe y a los favores atribuidos a la Virgen.

Horas Emitidas	2:22
Alcance de Personas Promedio	
71,495	

● **Miniserie / Los milagros de Jesús:** Serie inspirada en relatos bíblicos que presenta, a través de una narrativa dramatizada, los desafíos y aprendizajes de sus personajes. Cada episodio aborda situaciones que resaltan valores como el amor, la esperanza, el valor y la perseverancia, mostrando cómo la fe se convierte en un elemento central en la superación de las dificultades.

Horas Emitidas	5:57
Alcance de Personas Promedio	
537,990	

● **Películas religiosas:** Durante nuestra programación en Semana Santa, transmitimos una selección especial de películas de temática religiosa, orientadas a ofrecer contenidos de reflexión acordes con la conmemoración.

Entre los títulos transmitidos se incluyeron La Pasión de Cristo, Sorpresa: El Papa llama a la puerta, David, Esther, Abraham, Los 10 mandamientos (versión animada), Cartas a Dios, Francisco: el padre Jorge, Madre Teresa y Francisco visto por sí mismo, contribuyendo a generar espacios de recogimiento y reflexión para la audiencia durante esta temporada.

Horas Emitidas	13:08
Alcance de Personas Promedio	
538,460	

INFANTIL

Cuenta con contenidos dirigidos a la audiencia infantil, orientados a promover el aprendizaje, la creatividad y el entretenimiento en un entorno adecuado para su desarrollo. A través de series, programas educativos y producciones animadas, se abordan temáticas que fomentan valores como el respeto, la amistad, la responsabilidad y la convivencia.

● **Películas familiares:** Durante los fines de semana, se programan espacios dedicados a la transmisión de películas familiares e infantiles, orientadas a ofrecer contenidos adecuados para el público más joven en horarios de alto consumo familiar. Estas producciones combinan entretenimiento con mensajes formativos, promoviendo valores como la amistad, el respeto, la empatía y el trabajo en equipo.

Horas Emitidas	604.21
Alcance de Personas Promedio	
2,016,410	

● **Atención, Atención:** Programa dirigido a la educación preescolar que combina dinámicas de juego, música y baile para acompañar el aprendizaje de los más pequeños. A través de contenidos lúdicos y pedagógicos, el espacio introduce conceptos básicos y refuerza valores.

Horas Emitidas	41:07
Alcance de Personas Promedio	
619,551	

● **Avenida Nacional:** Talk show dirigido al público infantil, conducido por un personaje animado que, desde un entorno creativo y lúdico, interactúa con invitados y desarrolla contenidos de entretenimiento. A través de entrevistas a personalidades del país, el programa acerca a los niños a distintas profesiones, historias y experiencias de manera dinámica y comprensible.

Horas Emitidas	48:02
Alcance de Personas Promedio	
933,923	

DEPORTES

● **A la Candela:** Programa dedicado al seguimiento del fútbol en sus ámbitos local e internacional, en el que se abordan los principales acontecimientos, resultados y tendencias del deporte. A través de un formato de conversación y análisis, se revisan aspectos técnicos, el desempeño de equipos y jugadores, así como los elementos que inciden en el desarrollo de cada encuentro.

Horas Emitidas	247:29
Alcance de Personas Promedio 1,098,030	

● **Clase de Cutarrazo:** Espacio dedicado exclusivamente al béisbol, que da seguimiento a la actividad de este deporte tanto a nivel nacional como internacional. El programa aborda resultados, desempeño de equipos, estadísticas y momentos destacados, ofreciendo a la audiencia una cobertura especializada.

Horas Emitidas	207:22
Alcance de Personas Promedio 983,326	

● **COS Awards:** Especial deportivo orientado a reconocer el desempeño y la dedicación de atletas nacionales en las categorías infantil, juvenil y mayor, destacando sus logros en distintas disciplinas. A través de una ceremonia de reconocimiento, se visibiliza el esfuerzo, la constancia y el compromiso que caracterizan a quienes representan al país en el ámbito deportivo.

Horas Emitidas	2:02
Alcance de Personas Promedio 50,971	

● **UniLiga:** Proyecto implementado en 2025, orientado a la **promoción del deporte intercolegial** en Panamá mediante la organización y difusión de ligas que fomentan la participación estudiantil en distintas disciplinas. A través de competencias estructuradas en entornos seguros y formativos, se impulsa el desarrollo integral de los jóvenes, promoviendo valores como la disciplina, el respeto, el trabajo en equipo y la sana convivencia.

La iniciativa abarca torneos de baloncesto, voleibol, fútbol y futsal, integrando a centros educativos de diversas regiones del país y articulando la participación de colegios, entrenadores, familias y comunidades. Durante su primer año, el programa contó con **28 centros educativos, 48 equipos y más de 700 estudiantes, desarrollándose más de 200 partidos.**

Horas Emitidas	24:00
----------------	-------

● **Mini League:** Programa consolidado que funciona como una plataforma de desarrollo temprano para jóvenes talentos del béisbol en Panamá, promoviendo la formación deportiva desde edades iniciales. A través de la competencia, se fomentan valores como la disciplina, el trabajo en equipo y el respeto, contribuyendo al desarrollo integral de los niños.

La iniciativa está dirigida a participantes entre 5 y 8 años, quienes inician su recorrido mediante eliminatorias a nivel nacional. Durante el periodo reportado, participaron **77 equipos** en la fase clasificatoria, de los cuales **48 academias** avanzaron al torneo oficial, organizado en **dos ligas** de 24 equipos cada una.

Horas Emitidas	23:00
----------------	-------



EN NUESTRA SOCIEDAD



FUNDACIÓN MEDCOM

La Fundación Medcom actúa como el vehículo operativo que canaliza el impacto social del negocio. Nace como brazo social ejecutor de las iniciativas que anteriormente desarrollamos desde la empresa, con un enfoque preciso que permite estructurar sus acciones en alineación con la estrategia de sostenibilidad de la empresa.

Si bien tiene sus propios pilares u objetivos, todos están en perfecta concordancia evidenciando una lógica de sostenibilidad transversal en la estrategia y en las operaciones, tanto de la empresa como de la fundación.

Las iniciativas desarrolladas por la Fundación Medcom contribuyen de manera prioritaria, con el **ODS 4: Educación de calidad**, a través de programas de formación, fortalecimiento de capacidades y promoción del talento joven; adicionalmente, se impactan el **ODS 10: Reducción de las desigualdades**, mediante el apoyo a comunidades vulnerables y organizaciones sociales; y el **ODS 3: Salud y bienestar**, a través de iniciativas orientadas a la nutrición, el bienestar infantil y el acceso a recursos básicos.

De forma transversal, estas acciones se desarrollan en alianza con múltiples organizaciones del tercer sector, contribuyendo al **ODS 17: Alianzas** para lograr los objetivos. Asimismo, iniciativas específicas como la campaña sobre desinformación se vinculan con el **ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas**, promoviendo el acceso a información responsable.

DIVULGACIÓN SOCIAL

La Plataforma Sumándonos nació en 2005 como una alternativa de divulgación social, exclusiva para ONG que, con el cumplimiento de sencillos requisitos, permite la participación en espacios, tanto editoriales como comerciales, para la promoción de diversas causas sociales.

Con el nacimiento de la Fundación Medcom (FM), esta Plataforma pasa de la empresa a ser gestionada desde la organización, que incluye estos aspectos como parte de sus objetivos fundacionales.

En 2025 se asignaron **B./ 3,996,183.25** correspondientes a 9,301 rotaciones. Adicionalmente se recibieron y procesaron solicitudes como siguen:

81	ONG's atendidas	148	Solicitudes procesadas
154	Entrevistas	35	Coberturas
33	Menciones	161	Publicaciones en redes

Igualmente contamos con un segmento en el noticiero matutino de Telemetro Reporta, llamado **Informe Ciudadano**, en el que cada inicio de año invitamos a organizaciones de la sociedad civil para que puedan dar un resumen de sus principales acciones y logros del año anterior y compartan cuáles son sus objetivos y retos para el período que inicia. En 2025 los espacios fueron asignados a:

Olimpiadas Especiales	Operación Sonrisa
Cámara Panameña de Desarrollo Social	Dona Vida
NutreHogar	Fundación Pro Niños del Darién
Nueva Generación	Museo de Arte Contemporáneo
Fundación de Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer	Centro y Albergue San Juan Pablo II
Fundación Obsequio de Vida	Patronato de Nutrición

PERIODISMO DE CALIDAD

Estos dos primeros objetivos pueden ser los que más vinculación tienen con la labor intrínseca de la empresa. Tanto el hecho de poder asignar tiempo aire remanente de todos nuestros medios, sin costo, a estas organizaciones, como el interés de reforzar la calidad del periodismo desde su cuna, son acciones estrechamente asociadas con nuestras labores diarias.

Para atender este objetivo se ha creado el proyecto **Encuentros Medcom** que llega a los estudiantes universitarios de las carreras vinculadas con la Comunicación Social, Periodismo, Publicidad, Producción de TV, Relaciones Públicas y otras asociadas a nuestra industria. El objetivo es que puedan complementar los conocimientos que adquieren en las aulas, con la experiencia y la práctica real de los medios.

UNIVERSIDADES PARTICIPANTES

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

UNIVERSIDAD CATÓLICA
SANTA MARÍA LA ANTIGUA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CHIRIQUÍ

UNIVERSIDAD LATINA

UMECIT

UNIVERSIDAD
DE LAS ARTES GANEXA

CENTRO REGIONAL
UNIVERSITARIO DE SAN MIGUELITO

CENTRO REGIONAL
UNIVERSITARIO DE PANAMÁ OESTE

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DE PANAMÁ
(SEDES CHIRIQUÍ Y AZUERO)

CANTIDAD DE ESTUDIANTES
ASISTENTES +800

CANTIDAD DE HORAS
IMPARTIDAS 32 HORAS

Adicionalmente, lanzamos la primera versión del **Premio Fundación Medcom** con el lema "Tú tienes la fuerza para contar historias", una iniciativa que galardona a estudiantes universitarios de comunicación, producción y áreas afines con la que buscamos promover y motivar a los estudiantes a generar contenidos innovadores que visibilicen el talento emergente en medios televisivos y digitales.

Se premiaron **4 categorías**: Mejor contenido periodístico, Mejor cortometraje, Mejor contenido publicitario o promocional y Mejor uso de IA y nuevas tecnologías y contó con un jurado calificador integrado por especialistas nacionales de cada rama, expertos de Medcom, la Vicepresidenta de contenidos y plataformas digitales de UNIVISION y el Analista de Medios y Consultor en temas electorales y de medios de comunicación de la Unión Europea en Panamá.

La iniciativa se desarrolló en alianza con el Centro Latinoamericano de Periodismo (CELAP) y **recibió 27 trabajos**.

Los 4 estudiantes ganadores recibieron una **pasantía remunerada, por dos meses**, en distintas áreas de la empresa. Uno de ellos pasó a convertirse en proveedor de servicios de Medcom.

BIENESTAR DE NIÑEZ Y ADOLESCENCIA

Desde que en el año 2011 la empresa asumió su compromiso con la infancia, el interés por la promoción de los derechos de niños, niñas y adolescentes ha estado presente, de manera que resultó natural que este también se convirtiera en un objetivo de la Fundación Medcom.

Aquí se agrupan varios proyectos que suman casi 30 años de estar ejecutándose:

Tremenda Nota: Colecta de útiles escolares que se distribuyen en sectores vulnerables beneficiarios de la Fundación Pro Niños del Darién.

Los Niños Primero: Colecta de alimentos y donaciones en efectivo para la NutreHogar, ONG que realiza un consistente trabajo para la salud y nutrición de infantes menores de 5 años y el bienestar integral de sus familias a través de diversas iniciativas de huertos orgánicos, estimulación infantil temprana y alternativas de subsistencia. Producto de la campaña se recibieron **B/.26,103.48 de donaciones en especie** (alimentos, artículos de higiene), **B/.10,998.85 de donaciones en efectivo** y **B/.21,000 de donaciones especiales**.

Mundial del Barrio: Desde las pantallas de RPC, COS y la frecuencia de RPC Radio se transmiten **20 partidos** de fútbol y se convierte en protagonistas a los **5,300 niños, niñas y jóvenes** que juegan fútbol en canchas comunitarias, muchas de tierra y sin grama, en un proyecto que incluye formación en valores. Sus detalles se encuentran en la sección de Contenido de Impacto Social.

Aprendamos a Leer con el Quijote: Implementamos este programa de herramientas para la lectura comprensiva, a través del apoyo técnico de la Fundación Semillas de Lectura, en la Escuela Playa Chiquita. El programa evidenció mejoras significativas en habilidades de lectoescritura, destacando **avances en comprensión de textos de hasta 78% en primer grado y 88% en el grupo mixto**. Asimismo, 5 de 7 estudiantes con mayores rezagos lograron progresos en comprensión auditiva, reflejando impacto incluso en los casos más desafiantes. Se identificaron y derivaron oportunamente estudiantes con necesidades educativas especiales, fortaleciendo el abordaje integral de la intervención.

CIUDADANÍA RESPONSABLE

Por segundo año, dimos divulgación a la campaña Fake News, que fue ganadora de un premio internacional en 2024. En sus **tres piezas** plasma de forma simpática y coloquial los impactos de divulgar por redes o mensajería directa mensajes que no han sido confirmados ni provienen de fuentes oficiales.

VOLUNTARIADO

Como brazo ejecutor de las acciones sociales de la empresa, la Fundación Medcom gestiona el voluntariado corporativo en estrecha colaboración con un grupo de organizaciones del tercer sector con las que trabajamos diversos proyectos.



Es así como los colaboradores de Medcom aportaron un total de **3,011 horas** de trabajo en distintas actividades que incluyen iniciativas propias de la FM y otras organizadas por las fundaciones antes mencionadas:

Organizaciones	Cantidad de horas
Iniciativas Fundación Medcom	1593.5
Club Activo 20 - 30	410
Fundación Pro Niños de Darién	292
Nueva Generación	224
Nutre Hogar	178
Fundación de Amigos de Niños con Leucemia y Cáncer	100
Asociación de Damas Voluntarias del Instituto Oncológico Nacional	74.5
Olimpiadas Especiales Panamá	48
Banco de Alimentos de Panamá	40
Arquidiócesis de Panamá	39
ANCON	9
Fundación para la Promoción de la Excelencia Educativa	3
Total	3011



EN NUESTRO ENTORNO



Reconocemos la importancia de gestionar de manera responsable los aspectos ambientales asociados a nuestras operaciones, procurando minimizar los impactos y promover una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad. Si bien nuestra actividad principal se desarrolla en el ámbito de la comunicación y la producción de contenidos, identificamos y gestionamos aquellos factores ambientales derivados del consumo de recursos, la generación de residuos y el uso de infraestructura tecnológica.

Este ejercicio contribuye principalmente al cumplimiento del **ODS 13: Acción por el clima**, al fortalecer la medición y gestión de las emisiones de gases de efecto invernadero. De manera complementaria, se vincula con el **ODS 7: Energía asequible y no contaminante**, mediante el monitoreo del consumo energético, y con el **ODS 12: Producción y consumo responsables**, a través de la mejora en la gestión de los recursos operativos. Estos ODS complementan los prioritarios definidos en la estrategia

Externamente, colaboramos en la divulgación de campañas y mensajes de organizaciones especializadas en el tema ambiental, a través de diversos formatos que incluyen rotación de piezas, entrevistas, reportajes y coberturas y que se documentan globalmente en los indicadores de Divulgación Social de la Fundación Medcom.

Internamente, desarrollamos campañas orientadas al ahorro energético y a la generación de conciencia sobre aspectos relacionados con el consumo y el reciclaje. También celebramos el día del árbol con los colaboradores, haciendo dinámicas de información sobre cuidado ambiental, obsequiando plantones de árboles frutales nacionales a los colaboradores participantes.



Los primeros 17 colaboradores que respondan la siguiente pregunta, se llevarán un plantón de árbol frutal.

¿Cuál es la función de los árboles en el ecosistema y cómo podemos contribuir desde nuestras acciones para protegerlos y conservarlos?

Envía tu respuesta a:
ensintonia@medcom.com.pa
Tienes hasta las 12:30md para participar



Durante el año 2025, consolidamos un **sistema integral de monitoreo ambiental** que abarca la gestión de residuos, el consumo de combustibles, el consumo eléctrico, la generación de energía solar y la transición progresiva hacia la electromovilidad. Este sistema nos permite fortalecer la toma de decisiones basada en datos, optimizar el uso de recursos y avanzar de manera estructurada hacia una operación más eficiente y responsable.

USO DE ENERGÍA

Concretamos la implementación del **Sistema de Energía Solar** en nuestra sede principal y en los Estudios Medcom Metroplaza, dando continuidad a la iniciativa presentada en el período anterior y consolidando su ejecución operativa. Este proyecto tiene como objetivo **reducir las emisiones de CO₂** asociadas a nuestro consumo eléctrico y disminuir la huella de carbono, como parte de nuestra estrategia de transición hacia fuentes de energía limpias y renovables.

El mayor esfuerzo de esta fase se concentró en los **Estudios Medcom Metroplaza**, donde operan el popular programa Calle 7, el canal OYE, contenidos digitales y diversos proyectos especiales. En esta ubicación se alcanzó la **autosuficiencia energética** mediante la **generación de 110% de energía solar**, eliminando la dependencia de la red eléctrica convencional y entregando el excedente a la red abierta.

En total, se instalaron **más de 575 paneles solares** entre ambas sedes, que se suman a los incorporados durante la Fase 1 ejecutada en 2023 en nuestra principal estación de transmisión ubicada en Cerro Las Cumbres. La generación acumulada durante el período reportado **alcanzó 123,562 kWh de energía limpia** en las tres ubicaciones estratégicas, fortaleciendo nuestra transición energética y optimizando el uso de recursos.

Por otro lado, **el consumo eléctrico** consolidado anual de la organización **supera los 1.3 GWh**, concentrado principalmente en el Edificio 12 de Octubre, Cerro Canajagua y Estación Volcán-Telemetro. Este consumo corresponde a emisiones indirectas asociadas al uso de electricidad adquirida, las cuales gestionamos mediante el monitoreo continuo y la incorporación progresiva de fuentes renovables.

GESTIÓN DE RESIDUOS



Como parte de nuestro sistema integral de monitoreo ambiental, gestionamos de manera estructurada los residuos generados en nuestras operaciones, priorizando la separación en origen, aprovechando los materiales reciclables y la disposición final responsable.

Gestionamos un total de **1,512 kg de residuos electrónicos reciclables**, asegurando un **100% de disposición final certificada** a través de un proveedor autorizado, así como **27 kg de cartón** y **1,167 kg de papel**. Este proceso garantiza la trazabilidad completa de los materiales y el cumplimiento de la normativa ambiental vigente.

Durante el período reportado, se identificaron desviaciones en el proceso de segregación de residuos en el punto de acopio selectivo ubicado en el área de cafetería, a pesar de contar con señalización adecuada para la separación de materiales. La disposición incorrecta de algunos residuos generó contaminación cruzada entre las fracciones reciclables y no reciclables, lo que impidió su entrega en las condiciones requeridas por los gestores autorizados para su aprovechamiento. Como resultado, parte de estos materiales no pudo ser valorizada y debió ser destinada a disposición final. En respuesta, se ha programado un proceso de sensibilización y capacitación dirigido al personal involucrado, con el objetivo de fortalecer el cumplimiento de los procedimientos de separación y maximizar las oportunidades de reciclaje y aprovechamiento.

No se cuenta con información cuantitativa sobre los residuos destinados a eliminación o desviados de ella, debido a que el sistema de recolección local no contempla pesaje ni emisión de registros asociados.

CONSUMO DE COMBUSTIBLES Y TRANSICIÓN HACIA LA ELECTROMOVILIDAD

Como parte del monitoreo de nuestros impactos ambientales, realizamos el seguimiento del consumo de combustibles asociados a nuestra flota operativa, vehículos ejecutivos y planta eléctrica. Durante el año 2025, **el consumo anual alcanzó 285,851 litros**, de los cuales el **71% correspondió a gasolina** y el **29% a diésel**. Este indicador representa emisiones directas derivadas de nuestras operaciones, las cuales son evaluadas dentro de nuestro sistema de monitoreo ambiental.



En línea con nuestra estrategia de reducción progresiva de emisiones, incorporamos el indicador de **Índice de Electromovilidad Corporativa**, orientado a medir la transición de nuestra flota hacia vehículos eléctricos y evaluar su contribución a la disminución de emisiones directas.

Como primer paso de este proyecto, iniciamos la **incorporación gradual de una flota vehicular eléctrica** destinada al departamento de Servicios Informativos, cuyas operaciones requieren desplazamientos diarios para la cobertura informativa. Esta iniciativa busca fortalecer la eficiencia operativa y avanzar en la sustitución progresiva de combustibles fósiles por alternativas más limpias, consolidando nuestra transición hacia una movilidad corporativa más sostenible.

En esta fase se incluyeron **6 vehículos** que reemplazaron otros convencionales con más de 8 años de uso. En términos de eficiencia operativa, estos nuevos autos representan una **disminución aproximada del 70%** en costos asociados a combustible y mantenimiento (**cada vehículo evita 13.2 toneladas de CO₂ al año**).

USO Y CONSERVACIÓN DEL AGUA

Medcom reconoce el agua como un recurso compartido, por eso y en línea con nuestro compromiso de fortalecer la gestión ambiental, hemos iniciado la incorporación progresiva de mecanismos de medición relacionados con el uso y la conservación del agua, con el objetivo de optimizar su consumo y promover un manejo más eficiente de este recurso.

Como parte de esta hoja de ruta, se proyecta la implementación, durante el año 2026, de un **sistema de telemetría para el monitoreo del estado de los tanques de agua**. Este sistema permitirá conocer en tiempo real los niveles de llenado, así como generar registros que faciliten el análisis de tendencias de consumo en distintos periodos (diario, mensual y anual) e identificar la disponibilidad de agua potable proveniente de la red de suministro.

Esta iniciativa contribuirá al fortalecimiento de la gestión del recurso hídrico, mediante el uso de información para la toma de decisiones orientadas a la eficiencia en el consumo.

De manera complementaria, se promueve el uso de termos reutilizables entre los colaboradores, con el fin de reducir el consumo de botellas plásticas. Para ello, dos de los bebederos disponibles cuentan con **sistemas de llenado con medición**



de volumen, lo que permite llevar un registro del consumo de agua y estimar la reducción en el uso de envases plásticos.

Este proceso forma parte del fortalecimiento progresivo de la gestión ambiental de la organización, orientado a la mejora continua en el uso de los recursos.

HUELLA DE CARBONO

Durante el año 2025, Medcom participó por primera vez en el programa **Reduce Tu Huella Corporativo – Carbono (RTH Carbono)** del Ministerio de Ambiente de Panamá, iniciativa orientada a la medición, gestión y reporte de la huella de carbono organizacional.

Esta participación nos permitió desarrollar un **primer ejercicio estructurado de recopilación y organización de información ambiental**, con el objetivo de establecer una base para la gestión de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

El proceso de recopilación de la información inició con el registro en la plataforma digital del programa, a través de la cual centralizamos la información requerida. Posteriormente, llevamos a cabo un trabajo interno de **recopilación y validación de datos**, en coordinación con distintas áreas de la organización.

Se consolidaron datos asociados a:
Consumo de Combustibles en Fuentes Móviles
Consumo de Combustibles en Fuentes Fijas
Consumo de Energía Eléctrica
Otros aspectos vinculados a la operación

Este ejercicio nos permitió contar con información organizada y estandarizada para la construcción de un inventario inicial.

En términos del alcance de la información recopilada, corresponde a:

- Alcance 1: consumo de combustibles en fuentes móviles y fijas, así como otras fuentes directas cuando la información se encuentra disponible.
- Alcance 2: consumo de energía eléctrica adquirida.

En este primer ejercicio no contamos con información completa para la cuantificación de otras emisiones indirectas (Alcance 3). No obstante, se han identificado fuentes relevantes asociadas a servicios tercerizados y proveedores, cuyo levantamiento de información será abordado progresivamente en futuros periodos.

A continuación, se presentan los datos de actividad recopilados durante el periodo:



Categoría de Emisión	Alcance 1: Fuentes móviles
Datos de Actividad	Gasolina
Unidad	L
2023	258,178.56
2024	224,124.96
2025	231,831.14
Variación (24 vs 25)	3.44%

Categoría de Emisión	Alcance 1: Fuentes móviles
Datos de Actividad	Diésel
Unidad	L
2023	128,300.42
2024	120,529.62
2025	100,123.39
Variación (24 vs 25)	-16.90%

Categoría de Emisión	Alcance 1: Fuentes fijas
Datos de Actividad	Diésel
Unidad	L
2023	37,103.00
2024	40,688.98
2025	23.749.06
Variación (24 vs 25)	-41.60%

Categoría de Emisión	Alcance 1: Extintores
Datos de Actividad	CO ₂ eq
Unidad	Kg
2023	0
2024	0
2025	0
Variación (24 vs 25)	0%



Categoría de Emisión	Alcance 1: Lubricantes
Datos de Actividad	Aceites lubricantes
Unidad	L
2023	-
2024	-
2025	-
Variación (24 vs 25)	-
Registro en proceso	

Categoría de Emisión	Alcance 1: Fugitivas
Datos de Actividad	Gases refrigerantes
Unidad	Kg
2023	-
2024	-
2025	-
Variación (24 vs 25)	-
Registro en proceso	

Categoría de Emisión	Alcance 2: Energías Adquirida
Datos de Actividad	Consumo de energía eléctrica (red)
Unidad	kWh
2023	7,347,996.00
2024	6,892,306
2025	6,433,499
Variación (24 vs 25)	-6.65%
Incluye estaciones, edificios y estudios. Se observa una disminución del 6.65% en el consumo de energía eléctrica en comparación con el año anterior.	

Categoría de Emisión	Alcance 2: Energía Renovable
Datos de Actividad	Energía solar generada (autoconsumo)
Unidad	kWh
2023	-
2024	N/D
2025	421,356
Variación (24 vs 25)	-
Representa el 6.55% del consumo total de energía eléctrica. Corresponde a las sedes de Las Cumbres, Metroplaza y Edificio Medcom.	

Durante el período reportado, la organización registró un **consumo total de energía eléctrica de 6,433,499 kWh**, correspondiente a la operación de sus instalaciones a nivel nacional. De manera complementaria, se generaron **421,356 kWh de energía solar** mediante sistemas instalados en algunas de sus sedes, lo que representa aproximadamente un **6.55% del consumo total de energía**.

Durante 2024 ya se contaba con una instalación solar en operación; sin embargo, no se dispone de información consolidada del consumo para ese período. A partir de 2025 se estableció un registro sistemático de la energía generada.

Este avance refleja un primer paso en la incorporación de fuentes renovables dentro de la matriz energética de la organización, en línea con su compromiso de fortalecer progresivamente su gestión ambiental.

Adicionalmente, se identificaron fuentes de información que actualmente no cuentan con datos disponibles, tales como:

- Consumo de lubricantes en mantenimiento de flota
- Emisiones asociadas a sistemas de aire acondicionado gestionados por proveedores

Para estos casos, se han iniciado gestiones internas para incorporar sus datos futuros reportes.

La cuantificación de la información fue realizada mediante la herramienta proporcionada por el programa RTH Carbono. En este primer ejercicio, priorizamos la recopilación y validación de datos de actividad como base para el fortalecimiento del sistema de medición.

Este ejercicio permitió establecer una línea base inicial de información, con la que proyectamos fortalecer progresivamente la medición y establecer metas de reducción en futuros periodos. Además, servirá como referencia para:

- Reforzar los procesos de recolección y gestión de datos
- Ampliar progresivamente el alcance del inventario
- Incorporar nuevas fuentes de emisión
- Mejorar la trazabilidad de la información

A partir de esta línea base, la organización proyecta fortalecer progresivamente la medición y establecer metas de reducción en futuros periodos.

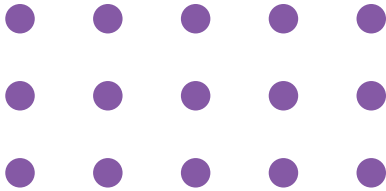
Como resultado de esta participación, **Medcom obtuvo el Reconocimiento de Inventario de Huella de Carbono**, reafirmando nuestro compromiso con la medición de impactos ambientales y la mejora continua.



ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI – MEDCOM 2025

ÍNDICE DE CONTENIDOS

GRI – MEDCOM 2025



Declaración de uso	Corporación Medcom ha reportado la información citada en este índice de contenido GRI para el período comprendido entre el 1º de enero de 2025 al 31 de diciembre de 2025, con referencia a los Estándares GRI.
GRI 1 utilizado	GRI 1: Fundamentos 2021

Estándar GRI	Divulgación	Número de Página
GRI 2: Contenidos Generales 2021		
2 - 1	Detalles de la Organización	Pág. 05
2 - 2	Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	Pág. 03
2 - 3	Período de notificación, frecuencia y punto de contacto	Pág. 03
2 - 4	Reformulación de la información	Pág. 03
2 - 6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Pág. 05 - 09
2 - 7	Empleados	Pág. 26
2 - 8	Trabajadores que no son empleados	Pág. 26
2 - 9	Estructura y composición de la gobernanza	Pág. 19
2 - 10	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Pág. 19
2 - 11	Presidente del máximo órgano de gobierno	Pág. 19
2 - 12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Pág. 19
2 - 13	Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos	Pág. 03, 19 - 20



Estándar GRI	Divulgación	Número de Página
2 - 14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Pág. 03
2 - 15	Conflictos de intereses	Pág. 21
2 - 16	Comunicación de preocupaciones críticas	Pág. 21
2 - 17	Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno	Pág. 21
2 - 18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Pág. 19
2 - 19	Políticas de remuneración	Pág. 26
2 - 20	Proceso para determinar la remuneración	Pág. 26
2 - 21	Ratio de compensación total anual	Pág. 26
2 - 22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Pág. 01 - 02
2 - 23	Compromisos de política	Pág. 13, 20 - 21, 25 - 30
2 - 24	Incorporación de compromisos de política	Pág. 21, 25
2 - 25	Procesos para remediar impactos negativos	Pág. 21 - 23
2 - 26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear preocupaciones	Pág. 25
2 - 27	Cumplimiento de leyes y regulaciones	Pág. 20
2 - 28	Asociaciones de miembros	Pág. 22
2 - 29	Enfoque para la participación de las partes interesadas	Pág. 14 - 15
2 - 30	Convenios de negociación	Pág. 25

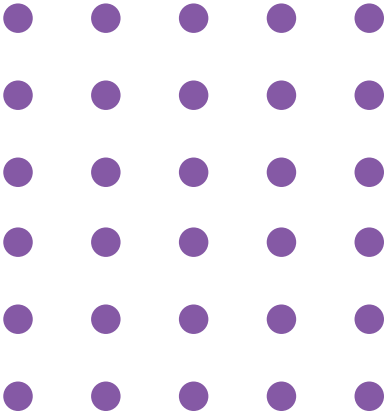
Estándar GRI	Divulgación	Número de Página
GRI 3: Temas Materiales 2021		
3 - 1	Proceso para determinar temas materiales	Pág. 14 - 16
3 - 2	Lista de temas materiales	Pág. 15 -17
3 - 3	Gestión de temas materiales	Pág. 11, 14, 17, 21 - 23, 25 - 30, 31 - 46, 47 - 55
GRI 201: Desempeño Económico 2016		
201 - 1	Valor económico directo generado y distribuido	Pág. 07 - 08, 23
201 - 2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	Pág. 14 - 15, 50 - 55
201 - 3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Pág. 25
201 - 4	Ayuda financiera recibida del gobierno	Pág. 8
GRI 205: Anticorrupción 2016		
205 - 1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pág. 19, 21
205 - 2	Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 21
205 - 3	Incidentes confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Pág. 21
GRI 206: Comportamiento Anticompetitivo 2016		
206 - 1	Acciones legales por conducta anticompetitiva, prácticas antimonopolio y monopolísticas	Pág. 20 - 21

Estándar GRI	Divulgación	Número de Página
GRI 302: Energía 2016		
302 - 1	Consumo energético dentro de la organización	Pág. 51, 53 - 55
302 - 4	Reducción del consumo de energía	Pág. 51, 55
302 - 5	Reducciones en los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 51, 55
GRI 305: Emisiones 2016		
305 - 1	Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Pág. 53 - 54
305 - 2	Emisiones indirectas de GEI (Alcance 2) relacionadas con la energía	Pág. 53 - 55
305 - 3	Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	Pág. 53
305 - 5	Reducción de las emisiones de GEI	Pág. 51, 53 -55
305 - 6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Pág. 53
GRI 306: Residuos 2020		
306 - 1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 51
306 - 2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 51
306 - 3	Residuos generados	Pág. 51
306 - 4	Residuos desviados de la eliminación	Pág. 51
306 - 5	Residuos destinados a eliminación	Pág. 51

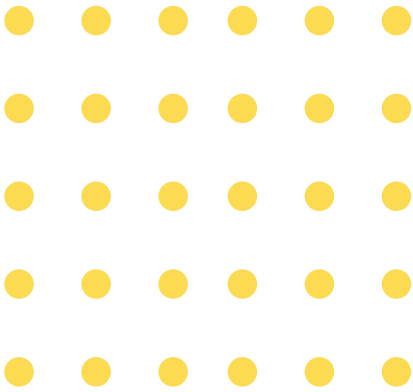
Estándar GRI	Divulgación	Número de Página
GRI 401: Empleo 2016		
401 - 1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Pág. 26
401 - 2	Beneficios proporcionados a empleados de tiempo completo que no se proporcionan a empleados temporales o de tiempo parcial	Pág. 25, 27 - 30
401 - 3	Licencia parental	Pág. 30
GRI 402: Relaciones Laborales / Gerenciales 2016		
402 - 1	Plazos mínimos de preaviso sobre cambios operativos	Pág. 26
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018		
403 - 1	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	Pág. 27 - 28, 30
403 - 2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Pág. 30
403 - 3	Servicios de salud ocupacional	Pág. 27 - 28
403 - 4	Participación, consulta y comunicación de los trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 27 - 28
403 - 5	Capacitación de los trabajadores en materia de seguridad y salud en el trabajo	Pág. 27 - 28
403 - 6	Promoción de la salud de los trabajadores	Pág. 27 - 28
403 - 7	Prevención y mitigación de impactos en la salud y seguridad ocupacional directamente vinculados con relaciones comerciales	Pág. 27 - 28
403 - 8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	Pág. 27 - 28
403 - 9	Lesiones relacionadas con el trabajo	Pág. 30
403 - 10	Enfermedades relacionadas con el trabajo	Pág. 27 - 28

Estándar GRI	Divulgación	Número de Página
GRI 404: Formación y Educación 2016		
404 - 1	Promedio de horas de capacitación al año por empleado	Pág. 27
404 - 2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 27
404 - 3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional	Pág. 25
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016		
405 - 1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Pág. 26
405 - 2	Relación entre salario básico y remuneración de mujeres y hombres	Pág. 26
GRI 406: No Discriminación 2016		
406 - 1	Incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Pág. 26
GRI 407: Libertad de Asociación y Negociación Colectiva 2016		
407 - 1	Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva puede estar en riesgo	Pág. 25
GRI 408: Trabajo Infantil 2016		
408 - 1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de incidentes de trabajo infantil	Pág. 20, 25
GRI 409: Trabajo Forzoso u Obligatorio 2016		
409 - 1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de incidentes de trabajo forzoso u obligatorio	Pág. 20, 25
GRI 414: Evaluación Social de Proveedores 2016		
414 - 1	Nuevos proveedores que fueron seleccionados utilizando criterios sociales	Pág. 07
414 - 2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas	Pág. 21

Estándar GRI	Divulgación	Número de Página
GRI 415: Políticas Públicas 2016		
415 - 1	Contribuciones políticas	Pág. 09
GRI 416: Salud y Seguridad del Cliente 2016		
416 - 1	Evaluación de impactos en salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Pág. 09, 11, 13 - 14, 17, 20, 31 - 46, 50
GRI 418: Privacidad del Cliente 2016		
418 - 1	Quejas fundamentadas sobre violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos del cliente	Pág. 20







medcom.

