



# **La Responsabilidad Social Empresaria (RSE) Del Grupo MEDCOM**

## **Informe de Progreso del Pacto Global 2004**



## I. EL COMPROMISO DEL GRUPO MEDCOM CON EL PACTO GLOBAL

*GRUPO MEDCOM está sostenido sobre una filosofía en la que la reciprocidad con la sociedad es tan importante como la estructura misma del negocio. Nuestra permanente relación con los ciudadanos, a través de nuestros medios de comunicación y servicios, nos hace ser parte de su sentir, de sus necesidades y esperanzas.*

*La firma del Pacto Global no es más que la ratificación pública de un compromiso con nuestra especie y nuestro planeta. Compromiso que, a nuestro juicio, es parte de nuestra propia naturaleza pero que, por distintas razones a veces, queda oculto debajo de algunas capas de comportamiento distorsionado.*

*El año 2004 fue un año dedicado a la reestructuración interna de cada una de las empresas y del Grupo mismo; uno de los cambios más importantes fue la creación de la Dirección de Asuntos Corporativos que tiene como función más importante el desarrollo de nuestras acciones de responsabilidad social empresarial.*

*De esta forma le estamos demostrando con hechos, a la sociedad y a nuestros colaboradores, que estamos comprometidos con los postulados del Pacto Global y con la responsabilidad que tenemos, por eso hemos decidido asumirla con conciencia plena.*

*Hoy más que nunca nos sentimos parte activa y participativa del Pacto Global y renovamos nuestro interés en seguir los principios que expone, de manera integral, involucrando a nuestros colaboradores en esa espiral de valores que nos convertirá en mejores empresas, mejores trabajadores y mejores personas.*

**Nicolás González Revilla**  
**Vicepresidente Ejecutivo**



## II. Perfil de GRUPO MEDCOM

Grupo MEDCOM nace de la unión de las empresas Corporación Medcom, Cable Onda, Media Ventures y surge por la necesidad de dar un paso importante con miras a alcanzar colectivamente un nivel cualitativo sin precedentes y convertirnos en un ejemplo y modelo empresarial de éxito, el cual incluye nuestra interacción con la sociedad.

Si bien Grupo MEDCOM nace el 4 de marzo de 2004 como GRUPO, sus empresas tienen larga data en el país, siendo la primera de ellas RPC Radio que nace en 1949, RPC Televisión en 1960, Telemetro en 1981, REXSA (precursora de Cable Onda) en 1981 y Media Ventures en 2004. Cada una de sus empresas por separado se ha dedicado específicamente a su rama de negocio.

Como principales contribuciones al desarrollo de Panamá, no podemos olvidar que la televisión panameña nace de la mano de la familia Eleta cuando crean Canal 4, como consecuencia directa de su incursión previa en la radio. Fue Canal 4 quien presentó al pueblo panameño eventos internacionales de gran magnitud internacional y nacional como la llegada del hombre a la luna, las imágenes del primer triunfo de Roberto Durán sólo por dar algunos ejemplos.

### **Misión de Grupo MEDCOM**

Conectarnos con la gente de manera excepcional, ofreciéndoles productos y servicios multi medios que mejoren su calidad de vida, con responsabilidad social

### **Visión de Grupo MEDCOM**

Ser el grupo empresarial más admirado<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Entiéndase por ello trascender el promedio, ser extraordinario y alcanzar el nivel más alto de todos los que merecen admiración.



La responsabilidad social empresaria (RSE) se encuentra presente en la misión y en los valores del GRUPO MEDCOM. El día 17 de julio de 2002, Grupo MEDCOM se incorporó como firmante del Pacto Global. De esta manera, formalizamos nuestro compromiso con la comunidad nacional e internacional, de traducir estos principios en políticas y programas corporativos.

#### VALORES DEL GRUPO MEDCOM

✓ **Integridad**

Mantenemos congruencia entre lo que pensamos, decimos y hacemos.

✓ **Dedicación al Cliente**

Nuestras relaciones con los clientes están fundamentadas en el respeto y en la conciencia de que ellos dan valor a nuestro trabajo.

✓ **Trabajo en equipo**

El trabajo en armonía es lo que nos permite unir nuestras fortalezas y capacidades para obtener resultados óptimos.

✓ **Humildad**

La humildad es la garantía de que podemos ampliar nuestros conocimientos. Al entender y aceptar que puede haber mejores formas de hacer las cosas, las evaluamos y ponemos en práctica.

✓ **Creatividad e Innovación**

Tenemos la capacidad y voluntad de imaginar y soñar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

✓ **Honestidad**

La honestidad se expresa a través de la sinceridad, la fidelidad, el cumplimiento de los deberes, la responsabilidad y la valentía frente a las decisiones.

✓ **Confianza**

Es la convicción de nuestro valor como personas y como profesionales. La confianza se gana al superar las dificultades y se reafirma con el reconocimiento, el respeto y la comprensión.

✓ **Apego al Aprendizaje**

El crecimiento personal y profesional se alimenta del conocimiento. Se aprende cuando se tiene el deseo de conocer para mejorar.



***Las empresas del Grupo:***



***Comunicaciones: Televisión por Cable, Internet, Telefonía***

Cable Onda se fundó en 1981 con el nombre de REXSA. En 1987 fue comprada por un grupo de destacados empresarios y cambio su nombre a VISAT. Posteriormente, en 1991, cambio nuevamente de propietarios y recibió su nombre actual, Cable Onda.

Desde 1997 forma parte del grupo accionista que posee al grupo Medcom, que ampara a las dos televisoras mas grandes del país y al grupo Multiholding S.A.

Cable Onda esta compuesta por dos sectores principales de negocios, el entretenimiento y la comunicación. El negocio del entretenimiento es el más grande. Llevamos la señal al cliente a través de MMDS y cable tanto coaxial como fibra óptica.

El grupo de comunicaciones, recientemente creado, lo forma Cable MODEM / Internet. Cable MODEM se lanzo como producto en julio de 1998 y proporciona acceso a Internet a través de proveedores de Internet (ISP) de tercera parte en la ciudad de Panamá.

Desde Diciembre de 1999 somos proveedores de Internet y ofrecemos nuestro servicio de Cable Onda Internet, el cual es la combinación perfecta entre la tecnología del Cable MODEM y la Red de Fibra óptica.

En noviembre del 2000 Cable Onda levantó su enlace de fibra óptica a la columna vertebral de Internet en Estados Unidos. Esto último nos convirtió en la empresa proveedora de Internet más rápida de Panamá.



## CORPORACION MEDCOM

*Medios de Comunicación Masiva (Radio y Televisión).*



**Telemetro -Canal 13-**: el canal más visto de la república. Tiene un perfil claramente posicionado en los estratos populares con fortalezas en el segmento juvenil y femenino.



**Canal 4 (RPC Televisión)**: Fue el primer canal en fundarse en el país. Tiene una amplísima trayectoria y su perfil actual está dirigido a hombres con fortaleza en actividades deportivas (que apoyan el fútbol nacional y la Selección Nacional desde hace varios años) y grandes eventos nacionales como Señorita Panamá.



**Tele 7**: Canal con programación exclusivamente dedicada a niños y familia. Es el canal de más reciente aparición (salió al aire por primera vez el 7 de Mayo de 2005). Haber creado por primera vez en el país, un canal dirigido únicamente a niños y



familias, garantiza contenidos positivos, seguros y apropiados para los más pequeños. Es un canal metropolitano.



**RPC Radio:** La estación radial más reconocida y con mayor penetración en el país. Sus espacios tienen una marcada orientación hacia la información y el deporte. Su trayectoria en servicio social también es reconocida a nivel nacional.

**Caliente 97.1:** estación metropolitana de corte juvenil. Principalmente musical y de humor.



**MEDIA VENTURES:** Empresa desarrolladora de marcas que trabaja en la búsqueda de oportunidades con dos criterios principales: susceptible a la publicidad y replicabilidad /alcance internacional. Sus planes están fuertemente basados en alianzas estratégicas y en la innovación.

**Grupo MEDCOM emplea a 908 personas:**

**CABLE ONDA: 431**  
**Corporación MEDCOM: 338**  
**DSC: 114**  
**Media Ventures: 25**

Para GRUPO MEDCOM, la responsabilidad social es transversal a sus indicadores de éxito, en tanto lo medimos en tres dimensiones -que impactan tanto interna como



externamente- y que procuran la sostenibilidad, las condiciones de alta calidad de vida para nuestros colaboradores y el compromiso social.

➤ **Éxito Financiero-Económico:**

Ser la referencia financiera y administrativa con los más altos niveles de rentabilidad, crecimiento e innovación de manera **sostenible**, logrando las expectativas de los clientes, ejerciendo un liderazgo estratégico de mercado: establecer y mantener la posición estratégicamente escogida en los mercados.

➤ **Éxito con sus Recursos Humanos:**

Atraer y retener el mejor talento (carácter y competencias), ofreciendo oportunidades de crecimiento, retos permanentes en un ambiente altamente motivador y creando las mejores **condiciones para ofrecer una alta calidad de vida al colaborador**, convirtiéndonos en uno de los 5 mejores lugares para trabajar en Panamá.

➤ **Éxito en su Compromiso y Responsabilidad Social:**

Lograr y mantener un óptimo nivel de aprobación y aval de la sociedad hacia el Grupo a través de un manejo efectivo de los contenidos, de la gestión empresarial de la ejecución de proyectos de **responsabilidad social empresarial** de alto impacto.

**Donaciones a la comunidad por más de 8 millones de dólares.**

GRUPO MEDCOM –a través de Corporación Medcom y Cable Onda- ha destinado entre el año 2003 y año 2004<sup>2</sup>, \$ 8.674.270,75 de sus recursos en donaciones a la comunidad –en tiempo aire- como un aporte al desarrollo social de Panamá.

<sup>2</sup> A noviembre de 2004.





---

En el próximo Informe de Progreso de Pacto Global 2005, Grupo MEDCOM planea incorporar los indicadores de resultados e impacto de sus acciones de responsabilidad social empresaria (RSE) en aplicación de los principios del Pacto Global. En este sentido, el desafío asumido el presente año es la adopción de un sistema de monitoreo y evaluación que nos permita medir los resultados de nuestra inversión social.



### III. Grupo MEDCOM en la aplicación de los Principios del Pacto Global

Grupo MEDCOM en el marco de su estrategia integral de responsabilidad social empresarial (RSE) aplica los principios del Pacto Global en la esfera de los derechos humanos, los derechos laborales, los derechos ambientales y en la esfera de la anticorrupción, como veremos a continuación.

#### **ESFERA DERECHOS HUMANOS**

***Principio No.1 del Pacto Global: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia.***

GRUPO MEDCOM lidera una serie de iniciativas que promueven el apoyo a grupos vulnerables de la sociedad, a fin de empoderarlos, promover el ejercicio de su ciudadanía plena<sup>3</sup> y de esta manera garantizar sus derechos humanos básicos y fundamentales.

#### ➤ **PROYECTO INCUBADORA PARA MUJERES**

El proyecto **"MUJERES QUE VALEN MÁS"** surge de un profundo análisis hecho a los sectores más vulnerables de la sociedad. En este análisis se consideraron grupos susceptibles como jóvenes, marginados, ancianos y mujeres.

Finalmente, se decidió realizar un proyecto especial de responsabilidad social con mujeres. Ellas fueron escogidas por encontrarse entre el principal público objetivo de nuestro principal medio de comunicación masiva, así como por ser quienes deciden las compras como el servicio de cable TV en los hogares. Estas dos razones nos daban la justificación estratégica y de negocios para sostener un proyecto con este grupo poblacional.

Asimismo, se consideró que al impactar positivamente a la mujer -por las características socio económicas de la mujer pobre panameña- automáticamente

<sup>3</sup> Se entiende por ciudadanía plena la adquisición progresiva de los derechos civiles, políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales.



impactaríamos de forma positiva en su entorno inmediato (entiéndase hijos y otros dependientes directos como sus madres).

El estudio socio-económico que realizamos de la mujer pobre urbana nos arrojó el siguiente perfil tipológico: una madre, con múltiples hijos, sin compañero, sin trabajo, con bajo nivel de escolaridad, con alto manejo violento en su entorno y las relaciones interpersonales, y expuesta a problemas ligados a la pobreza (drogadicción, alcoholismo, violencia intrafamiliar, desempleo, etc.). Parte del análisis de esa situación indicaba que la baja preparación las hacía más susceptibles al desempleo y por ende las condenaba a un círculo vicioso de la pobreza del que no podrían salir en tanto no tuvieran las herramientas.

Este proyecto “Mujeres que Valen Más” está orientado a conectar a estas mujeres con su poder personal, proporcionándoles las herramientas necesarias para profundizar en si mismas, como personas capaces de romper con su ciclo actual de vida y buscar uno mejor; herramientas para poder convertirse en entes económicos con la posibilidad de sacar adelante a sus hijos garantizándoles una mejor calidad de vida.

El proyecto abarca unos 9 meses de trabajo e incluye módulos de formación en temas tales como construcción de sus habilidades sociales/habilidades para la vida, cuidado del medio ambiente (de gran importancia pues en sus comunidades las condiciones de salubridad son preocupantes) y salud sexual y reproductiva. Actualmente, se encuentran en esta fase y posteriormente iniciarán una fase de capacitación laboral.

Este proyecto se realiza en alianza con el Ministerio de la Juventud, la Mujer, la Niñez y la Familia (MINJUMNFA) y el Instituto Panameño de Turismo (IPAT). Mientras que el MINJUMNFA les brindará seminarios y talleres relacionados con el liderazgo, la autoestima, aspectos de género; el IPAT las introducirá en el mundo del turismo con dos módulos: uno dirigido a sensibilizar ante el tema del turismo y otro de atención e información turística. La importancia de estos módulos, no es solo construir las bases de las mujeres que queremos formar sino identificar las aptitudes y fortalezas de cada una. Al final de esta segunda fase de capacitación, los grupos se separarán y ya recibirán capacitación específicamente orientada a un oficio que cada una pueda desarrollar.



Tras estos dos módulos se entrará en un tercero de capacitación técnica. Es la capacitación escogida para cada una de acuerdo a los intereses y aptitudes de cada una de ellas. Contaremos con el apoyo del IPAT, Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral (MITRADEL) que aportará con dos módulos (Desarrollo de Competencias Básicas y Capacitación Técnica y Práctica Laboral). También son aliados del proyecto: la Universidad de Panamá (apoya con infraestructura para las clases y con su Programa de Giras Multidisciplinarias -gira médica, odontológica, de derecho, etc.- además de actividades de carácter cultural -Conjuntos Típicos, Sinfónica, Estudiantina, Grupo de Teatro y Bellas Artes- para estimular tiempo de ocio sano a los niños y jóvenes de la comunidad); y la Universidad Tecnológica con quien desarrollaremos un programa comunitario destinado a dotar de un servicio para aguas servidas a Brooklyncito, y estamos iniciando conversaciones con el Instituto Nacional de Formación Profesional (INAFORP) para la capacitación técnica.

Concluidos estos nueve meses, esperamos haber moldeado a 50 mujeres con una autoestima mejorada, en contacto y conocimiento de sus posibilidades y fortalezas, con sus debilidades reconocidas y tratadas y capacitadas para generar un ingreso económico que les permita lograr una mejor calidad de vida para ellas y sus hijos.

En el Informe de Pacto Global 2005, ya incorporaremos los indicadores de impacto que este Proyecto ha tenido en las vidas de estas mujeres.

#### ➤ **PROYECTO SUMÁNDONOS**

Es tradición del GRUPO MEDCOM, donar tiempo aire a numerosas campañas sociales, culturales, de salud y de diversa índole que son promovidas por organizaciones sin fines de lucro que promueven los derechos civiles, económicos, sociales, económicos, culturales y ambientales.

A fin de optimizar y hacer más efectivas estas donaciones, se elaboró un manual de procesos con el que Grupo MEDCOM hizo una reingeniería de procesos. Con este manual se canalizan todas las solicitudes a través de un solo departamento (la dirección de asuntos corporativos) que analiza las estrategias diseñadas para otorgar tales cortesías y asigna ordenadamente tiempos y pautas en nuestros medios.



Esto requirió cambios internos en casi todos los departamentos de la empresa y ha permitido dar apoyos más efectivos a las ONG's y gremios que solicitan apoyo. Este es un ejemplo más de cómo la responsabilidad social empresaria (RSE) es entendida y practicada por Grupo MEDCOM tanto a lo interno de su empresa como externamente para beneficiar a toda la comunidad.



### ➤ **DICIEMBRE INOLVIDABLE**

Telemetro Canal 13, de la Corporación Medcom, siempre ha tenido una enorme proyección a la comunidad. Hace unos 10 años nació este proyecto que busca llevar una esperanza en tiempos de Navidad. Es un proyecto de tipo filantrópico que tiene mucha tradición y que ha ido cambiando sus modalidades pero que básicamente hace entrega de regalos en navidad (canastas de comida y juguetes) a familias de escasos recursos. En todo momento el mensaje que se entrega es que en plena época de navidad lo importante es compartir con otros algo de lo que tenemos.



### ***LOS NIÑOS PRIMERO***

Hace 9 años surgió en la empresa del Grupo MEDCOM, Canal 4 la idea de realizar un proyecto social que pudiera significar una importante ayuda para alguna ONG y que permitiera que este medio de comunicación fuera utilizado a manera de triangulación para lograr el involucramiento de grandes patrocinadores.





Es así como nace "Los Niños Primero". Básicamente el Canal 4 aporta toda su estructura de comunicación, a través de Noticias RPC que lo produce y crea campañas masivas de sensibilización ante el tema de la desnutrición infantil y sus efectos. Se pone así en el tapete la realidad de una comunidad que será la beneficiada con la construcción de un centro nutricional y organiza una enorme colecta nacional anual que recoge alimentos para los centros NUTREHOGAR en todo el país.

De esa manera, conseguimos involucrar a dos patrocinadores (Súper 99 y Petróleos Delta) a quienes, por sumarse a este proyecto, les otorgamos una gran pauta publicitaria y a cambio de esta exposición en la TV y radio, apoyando Niños Primero, ellos se comprometen a aportar en dinero en efectivo lo suficiente para la construcción de un centro nutricional en alguna región escogida.



### **TREMENDA NOTA**

Es una colecta de útiles escolares, libros y uniformes, nuevos o usados, que se hace todos los años para el inicio del periodo escolar. Se hace acompañada por una intensa campaña de sensibilización e información sobre los problemas que enfrentan los menores que no pueden cumplir con el año escolar por falta de recursos económicos. La campaña también alerta sobre la deserción escolar, por esas mismas razones económicas.



Las donaciones recibidas son entregadas en escuelas remotas de muy escasos recursos en todo el país, a bibliotecas, a programa de ex pandilleros dirigidos por el MINJUMNFA, parroquias e instituciones religiosas, entre otras. Tanto la colecta como la campaña son producidas y dirigidas por la empresa del GRUPO MEDCOM, Canal 4 a través de su programa de noticias RPC.







## **CON BUENOS PASOS**

Para el inicio del año, Telemetro Canal 13, organiza una colecta masiva de calzados escolares que son repartidos a miles de niños en sectores alejados y pobres del país.



## **AVISAJE A INSTITUCIONES NO LUCRATIVAS**

En el año 2003, las donaciones del Grupo MEDCOM en tiempo aire superaron los 5 millones de dólares. Hoy en día, no solo somos patrocinadores con donaciones de tiempo, aire sino que nos involucramos directamente con las organizaciones para hacer más efectivas sus campañas y mensajes. Asimismo, asesoramos a muchas de ellas en la organización de sus actividades y proyectos y trabajamos más de cerca con sus propósitos, a través del proyecto SUMÁNDONOS.

## **TELETÓN**

No solo Grupo MEDCOM es patrocinador de la TELETÓN sino que es productor técnico del evento. Eso implica que todo el personal, la dotación técnica de cámaras, master control de emisión, post producción, grafismo, etc. son realizados por nuestro personal durante las 27 horas de transmisión continuas de esta maratón solidaria televisiva.



Como Grupo MEDCOM, somos socios de la teletón en todo sentido: como patrocinadores ya que adquirimos tres paquetes que suman 120,000, a nombre de Cable Onda, Telemetro y Canal 4. Como productores del evento trasladando costos mínimos al presupuesto de Teletón y asumiendo el resto de la coordinación y producción técnica. Como garantes del éxito de Teletón ya que la pauta publicitaria se excede otorgando más tiempo aire del comprometido, con el fin de generar la mayor audiencia posible que se ve reflejada en recaudaciones que aumentan cada año.



Además, los colaboradores de Cable Onda, con sus actividades de voluntariado aportaron, en el año 2004 más de B/8,000.



Para Cable Onda la Teletón tiene un impacto enorme pues además de ser patrocinadores, el personal trabaja todo el año haciendo múltiples actividades en pro de la teletón (organizan premieres, bingos, ventas, etc.). Los fondos que recogen durante los doce meses son entregados por el propio personal, al tiempo que la empresa hace entrega también de su aporte como patrocinador de \$40. 000.

Cabe destacar también que Cable Onda acaba de hacer público su compromiso de apoyo a la Ciudadela de Jesús y María; un hogar para niños abandonados y víctimas de la violencia intrafamiliar y el maltrato, ubicado en la provincia de Colón. A su vez Cable Onda tienen una enorme cantidad de instituciones sociales, benéficas o públicas (bomberos, policías, hospitales, etc.) que reciben de forma gratuita el servicio de cable TV.





## **ESFERA DERECHOS LABORALES**

### ***Principio No. 6 del Pacto Global: Eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación.***

Grupo MEDCOM tiene una serie de políticas internas tendientes a la **igualdad de oportunidades**, a la **eliminación de la discriminación** y a la promoción **condiciones laborales favorables** para el desarrollo de nuestros colaboradores.

En este sentido, la empresa del Grupo MEDCOM, Cable Onda tiene un código de ética donde explícitamente se menciona que la empresa “no tolera conductas que creen un ambiente laboral intimidante u ofensivo, entre dichas conductas se incluyen comentarios, bromas racistas, sexistas o étnicas, insinuaciones sexuales o contacto físico impropios, gestos, imágenes o declaraciones con connotaciones sexuales”.

Asimismo, tampoco se permite en Cable Onda, que ningún trabajador realice actos de acoso sexual a compañeros de trabajo, subordinados o clientes. Se entiende por ello:

- El hostigamiento con motivaciones o contenido sexual, en forma física, verbal, gestual o por escrito, de una persona a otra, del mismo u otro sexo, sin que este lo haya solicitado; o
- El amenazar con tomar represalias tras haber recibido una respuesta negativa a insinuaciones sexuales.

Asimismo, Grupo MEDCOM tiene una **política de compensaciones** que promueve la equidad interna en la empresa. El tipo de compensaciones brindadas es en materia de beneficios directos<sup>4</sup> e indirectos<sup>5</sup>. La compensación total se establece de acuerdo a un

---

<sup>4</sup> Es la remuneración fija o variable que obtiene un trabajador por los servicios que presta a la empresa. La compensación fija son los pagos recurrentes que recibe el trabajador a través de la planilla y la compensación variable son los pagos no recurrentes que recibe el trabajador a través de la planilla. Esta compensación es pagada de acuerdo a las tablas aprobadas de cumplimiento de metas u objetivos del colaborador.



Programa de Valuación y Validación de Puestos que se basa en la complejidad del puesto, horizontes de planificación, impacto en los resultados y magnitud de los recursos que gestiona.

Cuando contratamos recurso humano que venia de trabajar en otra empresa con salario por debajo del mínimo, se diseña un plan de acción individual, de acuerdo a la valoración de su puesto en el Grupo Medcom, para llevarlo a su salario mínimo, siempre y cuando la evaluación de sus resultados llene o supere las expectativas de la posición y las condiciones financieras de la empresa lo permitan. En el caso de los trabajadores sobrepagados mantienen sus salarios congelados hasta que reúnan las competencias necesarias para el próximo nivel o que las encuestas salariales los alcancen. En el caso de aumentos de salario, estos son otorgados al menos cada dos años, de acuerdo a las evaluaciones de desempeño y conducta del colaborador, siempre y cuando los resultados financieros de la empresa lo permitan. Además, se acaba de aprobar una política de compensaciones.

### **Esfera Derechos Ambientales**

#### ***Principios del Pacto Global:***

- ***No. 7: Criterio preventivo respecto de los problemas ambientales.***
- ***No. 8: Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.***
- ***No. 9: Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales.***

De acuerdo al Código de Ética de la empresa del Grupo MEDCOM, CABLEONDA, la empresa acata las leyes y los reglamentos que rigen el medio ambiente, la seguridad y la salud, donde realiza sus negocios. En este sentido, Cable Onda:

---

<sup>5</sup> Es la remuneración no recurrente que obtiene un trabajador por los servicios que presta a la empresa y que son costeados a través de pagos directos a los proveedores. Los beneficios indirectos son otorgados de acuerdo al Programa de Beneficios Personalizados.



- Fomenta el conocimiento de la necesidad de protección del medio ambiente
- Toma en cuenta los criterios ecológicos al evaluar proyectos, productos, procedimientos y compras
- Fomenta tecnologías que no producen contaminación
- Utiliza procedimientos y diseños de productos que reducen los desechos;
- Protege el medio ambiente al ahorrar recursos, reciclar y volver a utilizar materiales.

### **Esfera Anticorrupción**

***Principio No. 10: del Pacto Global: Las empresas deben luchar contra todas las formas de corrupción incluyendo la extorsión y el soborno.***

Grupo MEDCOM entiende que la lucha contra la corrupción, implica la amplia promoción de los valores éticos. En ese sentido, entendemos que la ética debe ser transversal a las acciones tanto internas como externas de la empresa.

#### **10 MANDAMIENTOS DEL CODIGO DE ETICA DE CABLEONDA**

- 1) Comportarnos en la oficina y con los clientes con cortesía, respeto y buenos modales.
- 2) Evitar a toda costa la discriminación racial, de color, religión, origen, incapacidades físicas y estado civil.
- 3) Respetar la confidencialidad de la información del empleado, del cliente y sobre los negocios de la compañía.
- 4) No competir con Cable Onda. No cobrar ni instalar, ni vender por cuenta propia un producto ó servicio de Cable Onda.
- 5) No usar el nombre, información, documentos, herramientas, tiempo y equipo de Cable Onda para realizar actos ilegales o no autorizados por la empresa.
- 6) Jamás deberá ofrecer o recibir dinero, favores, préstamos, comisiones ilegales, obsequios indebidos, privilegios, ni nada de valor fuera de lo normal a fin de influir, conseguir o mantener clientes.
- 7) Todos somos responsables de salvaguardar y utilizar de manera adecuada y eficaz los fondos y propiedades de la compañía, con el fin de evitar su pérdida, robo o utilización no autorizada. Los fondos y la propiedad de la empresa incluyen: el tiempo - dinero - cheques - tarjetas de crédito - herramientas - equipo de oficina, vehículos, fotocopiadoras, teléfonos, equipo de instalación y mantenimiento de TV y Cable Modem, fibra óptica, etc.
- 8) No se permitirá ninguna clase de acoso, ni sexual, ni laboral, ni étnico, en cualquier caso, deberá ser reportado inmediatamente con la Dirección de Recursos Humanos.
- 9) Se mantendrá la confidencialidad de las fuentes que denuncien actos ilegales.
- 10) Nuestra conducta es responsabilidad nuestra. Ninguno de nosotros deberá cometer jamás actos deshonestos, destructivos o ilegales aunque nos lo haya ordenado un cliente, un colega o un supervisor.



A nivel interno, podemos mencionar que CABLEONDA ha sido la empresa del GRUPO MEDCOM que ha sentado un precedente en el desarrollo de un Código de Ética. En el curso del presente año, se procederá a adaptar este código a las diferentes empresas del Grupo, tomando en cuenta para ello las especificidades del negocio de cada una de ellas. Por ello, los resultados de impacto serán presentados en el Informe de Progreso de Pacto Global del próximo año.

A nivel externo, GRUPO MEDCOM ha desarrollado “**VALE MAS**” reconocimiento a los valores que ciudadanos y ciudadanas en su vida cotidiana ponen en práctica. Estas son historias solidarias, de ciudadanos/as ejemplares que se preocupan por los demás y por el país. Como medios de comunicación, tenemos el deber moral de informar y difundir sobre estas buenas historias.

Este proyecto cuenta con espacios de televisión y radio para proyectar las buenas historias de panameños/as que son un ejemplo para los demás. Ante la existencia de “antivalores” instalados en la sociedad tales como los niveles de tolerancia a la corrupción, la actitud dañina del “juega vivo” y la dejadez ante los problemas en esperando que alguien más venga a resolverlas, Grupo MEDCOM decidió buscar un balance ante estas actitudes, y así decidimos reconocer el **esfuerzo**, la **iniciativa**, la **honradez**, el **respeto**, la promoción de nuestra **cultura** y la **entrega** a los demás.

Para ello, se creó una dirección electrónica, una línea telefónica y un apartado de correos especialmente habilitados para recibir las postulaciones de ciudadanos/as cuyas vidas sean un ejemplo de cualquiera de esos 6 valores. Estas personas, previa investigación, son grabadas en video y sus historias son reforzadas por personas que dan fe de ellos.

Dentro de los casos que podemos citar que han tenido mucho impacto podemos citar:

- **Esfuerzo personal:** una persona de gran humildad que con enorme trabajo y sacrificios ha construido una próspera empresa o un grupo de campesinos que se unió para buscar ayuda profesional con sus sembradíos...y hoy en día exportan sandías a Europa;



- **Honradez:** un guardia de seguridad de grandes necesidades económicas que encontró una billetera con casi 2000 dólares en efectivo y buscó al dueño para devolverla;
- **Entrega a los demás:** una maestra que al ser nombrada en un lugar muy pobre y remoto decide ayudar a sus moradores; con gran esfuerzo logró que se construyera la escuela de bloques, antes era un rancho, logró la construcción de la iglesia, consiguió el agua potable, consiguió un teléfono; todos en el pueblo reconocen que la vida les cambió positivamente desde que ella llegó a sus vidas; o el caso de una maestra que sin recibir nada a cambio da clases de teatro y actuación a casi 200 estudiantes de secundarias en Panamá Oeste buscando simplemente darles alternativas sanas a los peligros de la calle;
- **Promoción de la cultura:** una mujer conocida como la reina Congo que ha defendido durante toda su vida su herencia cultural afro antillana. Es un ejemplo de la lucha por el reconocimiento de la cultura, el folklore y las costumbres de los negros en el istmo.

Los casos reciben amplia exposición en nuestros canales de televisión abierta, estaciones de radio y televisión por cable. De esta manera buscamos balancear los contenidos y convertir en protagonistas a los panameños y panameñas que desde sus barrios están haciendo el buen Panamá que todos queremos. Aquel que se construye practicando los valores éticos en nuestra vida cotidiana y en nuestro ámbito de acción más cercano, nuestra comunidad.

En la búsqueda de un periodismo de mayor nivel y contribución, que dé algo más a los televidentes, la Corporación Medcom desarrolló una serie de seminarios dirigidos a su personal periodístico. El primer seminario titulado: Ética y Periodismo, este seminario forma parte de la estrategia de mejora continua del contenido de las noticias. Los seminarios trataron entre otros temas: Ética y Periodismo, Corrupción, El Canal de Panamá, Seguridad Pública y Violencia, Ecología y participaron todos los periodistas de radio y televisión.

Además los propios periodistas están involucrados en la creación de los Manuales de Ética y de Conducta que regirán el desempeño de sus labores, en una misión destinada a dar transparencia y coherencia ética al desarrollo de los noticieros.





THE GLOBAL COMPACT



grupo medcom

A12 | Lunes 17 de enero de 2005

## Fortalecen formación de periodistas de radio y TV



Foto Iván Uribe | Panamá América

Luis Manuel Botello comparte experiencias con los periodistas.