

# COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Cumplimiento del  
Pacto Global - Naciones Unidas

2008 - 2009



grupo medcom





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



## VALORES

- Respeto
- Integridad
- Pasión
- Creatividad
- Trabajo en equipo
- Compromiso social

## Declaración de apoyo al Pacto Global

Superar la filantropía y la dádiva sin estrategia para transformar nuestras empresas en organizaciones socialmente responsables, es una tarea diaria e intensa.

Instalar a cada nivel, sea operativo o ejecutivo, procesos y políticas que se aseguren de respetar los derechos humanos y laborales, de promover prácticas positivas que beneficien al ambiente y de ser transparentes en nuestra ejecución, es una misión constante.

Por eso, las empresas que componen Grupo Medcom realizan ingentes esfuerzos por proveer triple valor en nuestro desempeño público: valor económico, valor social y valor ambiental, para impactar positivamente a todos nuestros grupos de interés, internos y externos.

Este informe no solamente resume nuestras acciones orientadas al cumplimiento de todo lo anterior, sino que se convierte en un compromiso formal con el Pacto Global y sus preceptos; con la Responsabilidad Social Corporativa y sus implicaciones; con la sociedad, el planeta y las formas transparentes y éticas de desarrollar nuestros negocios.

Nicolás González Revilla Paredes  
Director General



Esfera de

# Derechos Humanos

## PRINCIPIO N° 1

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos

## PRINCIPIO N° 2

No actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos

Como empresas dedicadas a la comunicación masiva y telecomunicaciones, estamos conscientes de nuestro rol como protagonistas activos del acontecer nacional. Las empresas de Grupo MEDCOM incluyen dentro de los Principios 1 y 2 los proyectos que promueven prácticas relacionadas con los derechos humanos, el bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos.

## Proyectos a Favor de la Infancia y la Educación

### Tremenda Nota Librotón 20-30 (Alianza Empresa / ONG)



Colecta Anual realizada por 14 años. Nuevamente Telemetro unió fuerzas con el club cívico Club Activo 20-30 para, en alianza, hacer crecer aún más la cantidad de donaciones recibidas y el número de escuelas y estudiantes beneficiados.

	Libros	Cuadernos	Útiles escolares	Escuelas y Beneficiadas	Estudiantes Beneficiados
2008	23604	8056	76816	84	8000
2009	30872	1270	2263	84	8000

## Los Niños Primero

(Alianza Empresa/ ONG/  
Clientes/ Comunidad)



Colecta anual de víveres que culmina con la construcción de un nuevo centro o subcentro nutricional que, de forma sostenible, potencia el desarrollo de comunidades en extrema pobreza, principalmente en zonas indígenas.

Es una alianza con la ONG Nutrehogar, que regenta los centros, con clientes de Grupo MEDCOM (Super 99 y Petróleos Delta), nuestra empresa y la comunidad seleccionada que se compromete al seguimiento del centro.

Año	Total Anual Recaudado
2007	B/. 286,202.03
2008	B/. 242,615.23
2009	B/. 391,638.62

## Discovery en la Escuela

(Alianza Empresa/ Gobierno/ Proveedor)



**Discovery en la Escuela**, proyecto educativo diseñado por Discovery Networks Latin America/ US Hispanic y ejecutado en Panamá por Cable Onda, está en **18 escuelas a nivel nacional** lo que representa un alcance de **1,100 estudiantes** y **80 docentes**.

Cada una de estas escuelas tiene su **videoteca equipada** por Cable Onda con las herramientas audiovisuales para la ejecución del proyecto (televisor a colores, equipo DVD reproductor y servicio de Cable TV e Internet) así como el uso ilimitado del material hasta por un año.

Algunas dificultades operativas con el Ministerio de Educación y el cambio de la administración del Gobierno Nacional (por las recientes elecciones presidenciales) han imposibilitado la obtención de indicadores que permitan verificar el aporte real de este proyecto en el aprendizaje y comprensión de los contenidos didácticos.

▀▀ **Adopta tu Escuela:** colaboradores de Cable Onda dictan charlas sobre emprendedurismo, auto estima y valores a jóvenes del colegio Instituto Profesional y Técnico Angel Rubio. Participaron **12 colaboradores voluntarios** y se vieron beneficiados **250 estudiantes**.

▀▀ **Pinceladas de Amor:** es una actividad que busca despertar la conciencia sobre el cancer de mama. **600 personas** participaron pintando una gran cinta rosada y estampando su firma en señal de compromiso y en recuerdo a seres queridos que experimentaron la enfermedad.

▀▀ **Campaña Cinta Rosada:** desarrollada en alianza con la ONG FUNDAYUDA. Se produjeron piezas de televisión y se desarrollaron entrevistas en múltiples horarios para promover la prevención del cáncer de mama.



▀▀ **Servicios de cortesía de Televisión por Cable e Internet:** otorgados por Cable Onda a organizaciones educativas, sociales y de salud, entre otras.



Hospital Santo Tomás

Área	ONG's	Instalaciones de Salud	Varios (Parroquias, estaciones policiales y de bomberos, etc.)
Ciudad Capital	4	9	9
Interior	3	6	12

▀▀ **Las cápsulas de verano de Tele 7:** protagonizadas por **Eddie**, la mascota del canal infantil. El contenido estuvo dirigido a protección solar, precauciones al momento de visitar playas y ríos, consejos para practicar deportes como béisbol y fútbol.

- **Copa FutKids 2009:** fue organizada por **RPC Radio**, líder en deportes, con el objetivo de impulsar el fútbol entre los niños. Participaron más de **120 niños**, distribuidos en 8 equipos con 15 miembros cada uno.



- **"Campaña pro Fundación Operación Sonrisa":** dirigida a divulgar las consultas y reclutamiento de casos potenciales (niños y adultos) para ser operados de diversos padecimientos, especialmente el conocido como labio leporino. La campaña incluyó cápsulas sobre los objetivos de la Fundación y un programa especial de media hora de duración, transmitido en **ECO TV**.

- **Xtra Solidario:** segmento de entregas semanales, en que los presentadores del programa C4 visitan familias de extrema pobreza entregándoles donativos de alimentos, enseres y muebles de primera necesidad. Se entregan B/.100.00 por caso para un total de **B/. 5,200.00 anuales**.

- **El Radio Maratón Fanlyc:** (Fundación de Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer) fue apoyado operativa y logísticamente por **Cable Onda** que suministró las líneas telefónicas y buscador de Internet para su evento anual dedicado a la Campaña Nacional de detección precoz de la leucemia y el cáncer infantil.

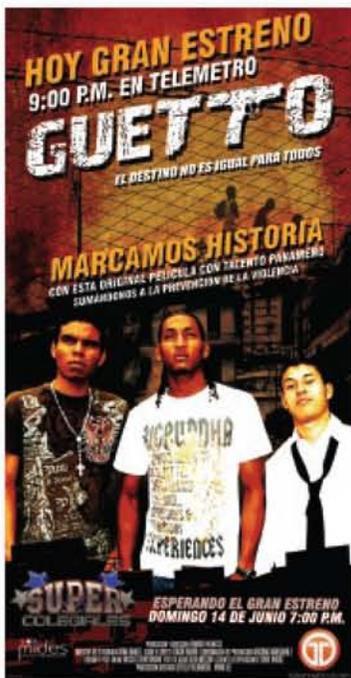
- **IV Foro de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) – "La Responsabilidad Social Corporativa en la Cadena de Valor":** fue patrocinado por cuarto año por Grupo Medcom que participó con un stand donde promocionó su plataforma de apoyo social, **Sumándonos**.



- **Respuestas Comunitarias.** La utilización de los medios de comunicación como vehículo para la solución de conflictos es muy común. Entre esos tenemos: El programa radial diario **"En Contacto con la Comunidad"** de RPC Radio, entrevistas diarias en el Noticiero Matutino de **Telemetro Reporta** y **RPC Radio**, entre otros.

## Contenido Positivo

### Guetto, el destino no es igual para todos



El Ministerio de Desarrollo Social adjudicó a Telemetro la invitación para realizar y producir un espacio positivo para los jóvenes, en alianza con el Ministerio de Desarrollo Social. El resultado fue un largometraje llamado “Guetto: el destino no es igual para todos”.

Una historia cuyo objetivo fue presentar la realidad en la que se desenvuelven los niños y jóvenes que viven en barrios vulnerables a la delincuencia y a la pobreza, y así crear una iniciativa comunicacional de gran impacto entre jóvenes, padres, maestros y la sociedad en general como herramienta de reflexión en materia de prevención.

La película fue vista por un total de **630,000 personas**, en 3 emisiones distintas (10 y 13 de junio y 26 de octubre), sólo en el área metropolitana (resultados IBOPE no incluyen mediciones a nivel nacional).

“Guetto: el destino no es igual para todos” fue la película más vista de 2009 y **la más vista en los últimos dos años.**

La mayoría de los actores eran personas del barrio, sin experiencia actoral y algunos con antecedentes en pandillas. Los protagonistas recibieron ayuda económica para concluir sus estudios y realizar proyectos de micro empresa.

### Supercolegiales

Concurso entre colegios que promueve la educación como herramienta necesaria para el mejorar el futuro y la calidad del estudiante en nuestro país.

Concuraron **20 colegios** del país, un total de **110 concursantes**, 11 estudiantes por cada plantel, que se esforzaron concurso tras concurso para ganarse el premio final que consistió en **B/.10,000.00** para el colegio. Los integrantes de los equipos ganadores obtuvieron becas universitarias.

Además, en un programa especial se otorgaron premios a la **Fundación ofrece un Hogar (B/6,000 en alimentos)** y la **Fundación Nutricional Teresa de Jesús (B/4,000 en alimentos).**

## Cuna de Acordeones

Concurso televisivo que promueve la cultura musical y el folklore panameño, resaltando la música vernacular.

Su contenido hace honor a nuestras costumbres y tradiciones. El folklore es protagonista y por su escenario han pasado manifestaciones de todas las regiones del país como bailes con las polleras de gala, polleras blancas regionales, faldones típicos y diabólicos sucios todo esto acompañado de música hecha por compositores panameños.

Fecha	Personas 3 años y más		
	Rating Promedio	Audiencia Promedio	Alcance Promedio
Cuna de Acordeones ATLAS - 2008	10.3	156,820	353,690
Cuna de Acordeones ATLAS - 2009	9.7	153,700	357,700

## Semilla de Acordeones



Es un concurso de décima infantil, cuyo objetivo es resaltar los valores en la niñez panameña, por medio del folklore y al amor a las tradiciones.

El programa hizo una alianza de divulgación con el Patronato de Nutrición que consistió en la transmisión de cápsulas informativas para sobre la problemática de la desnutrición infantil en nuestro país.

Los niños recibieron becas escolares otorgadas por el Ministerio de Educación, donde eran beneficiados también los compañeros de salón de cada participante.

Fecha	Personas 3 años y más		
	Rating Promedio	Audiencia Promedio	Alcance Promedio
Semilla de Acordeones - 2008	5.6	85,730	233,280
Semilla de Acordeones - 2009	11.6	183,460	417,330

## Contenido Positivo



### Bailando por un Sueño 2008



Producto de los aportes obtenidos a través de las llamadas de los televidentes en la versión 2008, fue posible la remodelación del Centro de Orientación Infantil San Ramón Nonato, ubicado en el Centro de Apoyo de la Parroquia Nuestra Señora de Fátima, entre calle 26 y 27 Oeste, El Chorrillo.

El centro fue completamente remodelado permitiendo una mejor calidad en la permanencia de los niños atendidos así como la posibilidad de recibir a más infantes. Inicialmente se verán beneficiados **60 niños de una zona vulnerable de pobreza y violencia.**

## Deportes



El personal del área de Deportes, apoyó importantes eventos deportivos con características sociales, como:

- Caminata Susie Thayer a beneficio de Fundacáncer.
- Torneo de Tenis FILA contra el cáncer de mama.
- Olimpiadas Especiales

Además, el programa Puro Deporte realiza reportajes de niños que buscan en el deporte la salida a su pobreza. Estos niños son apoyados por medio de donaciones.

En cuanto a la promoción de eventos deportivos escolares, se da completa cobertura y difusión a las ligas de fútbol, baloncesto y béisbol y se transmitió la final de Fútbol Americano Colegial, todo con el objetivo de promover la práctica de deportes como alternativa saludable y positiva para niños y jóvenes.

## Esa Cabellera Blanca



Es un programa que ha permanecido en pantalla por **35 años** y resalta el rol de las madres más humildes del país.

Participan madres del campo, escogidas por sus méritos y ejemplares virtudes, quienes sobrepasan los 80 años y han tenido y/o criado múltiples hijos.

Esa Cabellera Blanca es un homenaje a la maternidad, a la fortaleza de la mujer y a los valores de familia.

Fecha	Personas 3 años y más		
	Rating Promedio	Promedio	Alcance Promedio
Esa Cabellera Blanca 2008	12.8	191,850	424,520
Esa Cabellera Blanca 2009	14.2	217,490	420,110

## Contenido Positivo

### Segmentos Informativos



En RPC Radio se mantienen espacios con programas radiales que ofrecen orientación a los radioescuchas por medio de sus invitados. Todos son profesionales de diferentes ramas como psicólogos, educadores, nutricionistas, médicos y más; ofreciendo consultas de modo gratuito. Entre los programas están: La Mañana Espectacular, La Tarde Espectacular, En Contacto con la Comunidad, Enlace, Pulso Económico, Nutrición al Día, Choque de Opiniones, entre muchos otros.

Por su parte, los noticieros televisivos de **Telemetro Reporta** son un vehículo permanente de consulta, ayuda social, denuncia y solución comunitaria. Además incluyen secciones de economía familiar, prevención y seguridad, mediación de conflictos y es una fuente constante de respuesta a problemas sociales de toda índole.

### Las Tontas no van al cielo

Novela de contenido social que planteó temas de interés general e invitaba a fundaciones y organizaciones que podían dar la guía de cómo solucionar o responder a asuntos como la bulimia y anorexia, entre otros.

### La Rosa de Guadalupe

Programa unitario y semanal que a través de historias de fé, da al televidente la esperanza de que todos los problemas tienen solución.

### Franja de sábados de 7:00 a.m. a 5.00 p.m

Se transmite en la pantalla de Telemetro, principal canal del grupo y del país. Es programación sin violencia, dirigida a niños y familia en general.

### Franja de domingos de 9.00 a.m. a 12:00 m.d

Programación sin violencia, dirigida a niños y jóvenes de forma que se disfrute en familia en el día de descanso escolar y laboral.

## Arropa la esperanza

Colecta que por quinto año solicitó la donación de sábanas y frazadas para abastecer al hospital popular más importante y grande del país, Hospital Santo Tomás. En conjunto con la Asociación de Voluntarios del Hospital Santo Tomás, ADEVOL, se organizó la colecta que superó lo recaudado el año anterior.

2006	2007	2008	2009
8982	11549	9284	12540



## Sumándonos contra la gripe

Serie de reportajes, cápsulas informativas y programas especiales (diarios, en todos los canales) que buscaban dar a la audiencia la mayor cantidad de información verdadera sobre la pandemia de la gripe A H1N1. Estos programas estuvieron ligados a la entrega de más de **40,000 mascarillas** a ciudadanos y centros de salud. Además se distribuyeron **10,000 mascarillas al personal** que debía trabajar en contacto con el público.

# SUMÁNDONOS



Grupo MEDCOM tiene una plataforma multimédios de divulgación social que permite dar a conocer mensajes, sean estos de interés social, cultural, deportivo, cívico y de temas que apoyen el desarrollo de los ciudadanos y la Sociedad.

**SUMÁNDONOS** apoya numerosas y variadas causas y organizaciones utilizando la plataforma radial y televisiva de **Grupo Medcom**, formada por canales de televisión abierta (Telemetro, RPC TV, Tele 7), estaciones de radio (RPC Radio, Caliente 97.1), canales locales de televisión por cable (Eco TV y Mall TV) y canales internacionales disponibles de cable (a través de Cable Onda,).

Sumándonos ofrece, además del tiempo aire de cortesía, servicios de asesoría de imagen, mercadeo, planificación de medios y similares a las organizaciones solicitantes. Para tramitar las solicitudes se cuenta con un formulario que puede ser completado en línea a través de: [www.telemetro.com/sumandonos](http://www.telemetro.com/sumandonos).



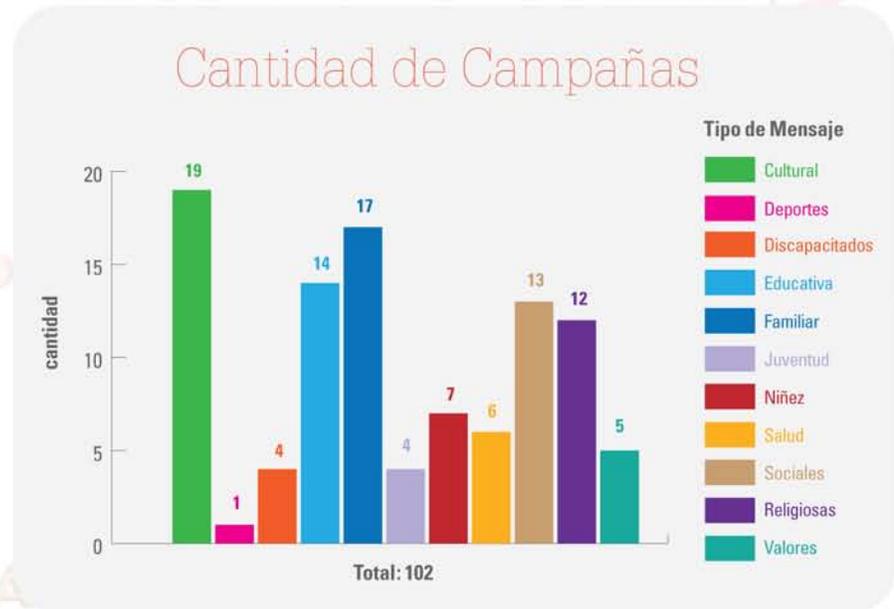


Como indicador se analizan, tanto el tipo de organización que solicita el servicio de cortesía como la cantidad de solicitudes tramitadas anualmente. Dicha información se aprecia a continuación:

### Tipos de organizaciones beneficiadas:



### Cantidad y tipo de mensajes divulgados en Sumándonos:



Grupo MEDCOM pone a disposición de instituciones sociales, benéficas, culturales, deportivas, gremios, asociaciones y entidades del Estado su plataforma multimedios para llevar sus mensajes a la sociedad. No sólo se trata de la donación de tiempo aire sino del involucramiento en sus proyectos, asesoría en temas de imagen y mercadeo, organización de eventos y apoyo en la divulgación de sus mensajes sociales.



Esfera de

# Derechos Laborales

## PRINCIPIO N° 3

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

### Derecho a Asociación

Los colaboradores suscribieron una Convención Colectiva de Trabajo, celebrada entre el Sindicato de Trabajadores de Corporación Medcom Panamá (SITRACOMEPE) y Corporación Medcom Panamá S.A. 2007 – 2011; documento firmado el pasado **22 de Octubre de 2007**.

La Convención Colectiva representa un importante acuerdo entre Sindicato y empresa en la que se reflejan los deberes y obligaciones, tanto de empleado como de empleador, y se garantizan los beneficios antes mencionados. Esta convención colectiva es revisada periódicamente incorporándose más beneficios, de acuerdo a las necesidades detectadas entre el personal.

En dicho documento se plasman aspectos que tiene que cumplir el colaborador y sus responsabilidades. A su vez, el compromiso de la empresa frente al negocio, la sociedad y sus propios colaboradores. El listado de beneficios para los colaboradores es amplio y uno de los más completos del país (incluye becas para colaboradores y sus hijos, beneficios sociales, tarjeta de descuento en locales comerciales, anteojos, seguro de vida, apoyo ante defunciones, matrimonio o nacimientos, participación de utilidades, normativa para promociones laborales, viático sin necesidad de justificante para gastos personales en movilizaciones, actividades culturales, deportivas, asistencia social, celebraciones, convivios, aspectos de seguridad industrial, salud, capacitación, entre muchos otros).

### Reclutamiento y Selección



El Reclutamiento se realiza en base a las competencias y el perfil asignado a cada posición y aunque se hace en las modalidades interna y externa, se favorece la promoción interna para garantizar la posibilidad de promoción y desarrollo de carrera y asegurar la sucesión. También se consideran traslados (movimientos horizontales), traslados con ascensos temporales o permanentes (movimiento diagonal) o promoción (movimiento vertical).

El movimiento interno del año 2009 sometió 36 plazas a concurso de las cuales 20 fueron obtenidas por personal de la empresa, lo que representa el 55%.

Empresa	Concursos Internos	Ganadores
Cable Onda	20	11
Medcom	11	8
DSC	5	1
Totales	36	20

Haciendo el análisis comparativo, vemos la tendencia a sostener este lineamiento de contrataciones y promociones internas:

Año	Porcentaje de contrataciones internas
2006	33%
2007	45%
2008	60%
2009	55%

Adicionalmente a estos concursos internos se realizaron 35 ascensos en el último período.

## Oportunidad de Aprendizaje

### Practicantes Escolares

Empresa	Practicantes de Escuela	Contratados
Cable Onda	20	3
Medcom	11	2
DSC	16	6
Totales	47	11

### Practicantes Universitarios

Empresa	Practicantes Universitarios	Contratados
Cable Onda	14	3
Medcom	68	10
DSC	5	1
Totales	87	14

Nuestras empresas favorecen y promueven la práctica profesional de estudiantes que están terminando sus estudios universitarios y secundarios. En ambos casos, gran cantidad de jóvenes son asignados a todos los departamentos de las 2 empresas, quedando contratados algunos de ello, como apreciamos en las gráficas del último año, cuando recibimos un total de **134 estudiantes practicantes**.

Además de nuestro proyecto de prácticas profesionales, la empresa participa desde el año 2002 en el programa **“Padrino Empresario”**, una iniciativa del Ministerio de Desarrollo Social cuyo objetivo es el desarrollo integral de los adolescentes, a través de una preparación laboral remunerada (Becas).

**Grupo Medcom** ha sido parte del programa desde su inicio y, hasta la fecha, ha recibido a **44 jóvenes** en esa modalidad, 3 de los cuales se han convertido en colaboradores permanentes en departamentos tan diversos como Créditos y Cobros, Publicidad y Gestión Humana.

## Capacitación y Desarrollo



Graduados MEDCOM

Se ofrecen cursos de capacitación para desarrollar las competencias de todos los colaboradores y aumentar la productividad. En el año en curso se han ofrecido más de **18,400 horas de capacitación**, en las que **más del 50% del personal** ha recibido alguna capacitación.

La organización tiene un plan de becas universitarias que incluyen los niveles de Licenciaturas y Maestría. En ese programa, en el último período **se graduaron 19 colaboradores en Maestrías y 2 en Licenciaturas**, con los gastos de sus estudios sufragados por la empresa.

## Aspectos Laborales

### Clima Laboral

Las empresas del Grupo Medcom aplican la Encuesta de Clima Laboral a todo su personal para medir su nivel de satisfacción y tomar las medidas que apoyen el crecimiento y bienestar de todos sus colaboradores para lograr la premisa de: “Ser la empresa en donde todos quieren trabajar”.

### Resultados de la Encuesta de Clima Laboral

Empresa	% Participación	% Favorabilidad	3 Mejores Aspectos Evaluados
Cable Onda	88.77%	77.59%	Compromiso y pertenencia, reconocimiento, comunicación
Medcom	68.75%	77.15%	Compromiso y pertenencia, reconocimiento, liderazgo del jefe inmediato
DSC	69.95%	78.78%	Compromiso y pertenencia, reconocimiento, flexibilidad y adaptación al cambio

### Reconocimiento y Beneficios

**Grupo Medcom** otorga premios y reconocimientos a los colaboradores que se sobrepasan el 100% de sus asignaciones, a los que se destaquen por aportes significativos en un proyecto o circunstancia especial o a los colaboradores que presenten ideas y sugerencias que mejoren procesos o reduzcan costos de la empresa.

En cuanto a la superación y formación profesional las empresas de **Grupo Medcom** ofrecen certificados de premiación y reconocimientos a colaboradores que terminen sus carreras en niveles Técnicos, de Universidades o Maestrías.

Además de los beneficios enmarcados en la Convención Colectiva negociada con cada Sindicato del Grupo, se realizan múltiples esfuerzos por desarrollar acciones positivas para el colaborador: incorporación de clínicas, servicios de salud, guarderías y restaurantes a la tarjeta de descuento empresarial, servicios de telefonía para todo el personal, añadido a los servicios de TV por Cable e Internet, Beneficio de \$100 anuales por convención para personal no gerencial de Cable Onda y servicio de ambulancia para todos los colaboradores.



## Proveedores y Clientes

La Gerencia de Logística y Compras considera aspectos de suma importancia al momento de realizar negocios con los proveedores. Al desarrollar los negocios, verifican los valores agregados que ofrecen las empresas y puntualmente investigan si aquellas compañías que hacen negocios con **Grupo Medcom** realizan actividades que los catalogan como socialmente responsables. Todo esto es verificado con documentos originales que son avalados por la Gerencia de Logística y Compras.

Además, **Grupo Medcom** creó un Programa que se llama “Plan de Calle”, donde una vez al mes, los Gerentes y Directivos salen de sus oficinas para involucrarse a profundidad con el trabajo de campo de los demás departamentos de la organización.

Esto permite hacer visitas a proveedores, clientes, involucrarse con el trabajo de calle de distintas áreas y detectar posibilidades de mejora y optimización de procesos y resultados que beneficien a todas las partes.

### Seguridad e Higiene

La Salud Ocupacional está a cargo del personal de Gestión Humana, quienes desarrollan programas para ofrecer adecuadas condiciones de trabajo, controles para la adopción de medidas preventivas en el desarrollo de las actividades laborales y verifica la cobertura total del personal a su cargo.

**Grupo Medcom** posee **dos enfermerías**, equipó algunos vehículos con **botiquines de emergencia** y todos los departamentos tienen también su botiquín.

La organización tiene un **médico de planta** que varios días a la semana hace atención general de salud y su seguimiento a todo el personal que así lo requiere. En este período se hizo un promedio de **2,000 visitas** en total, incluyendo a los colaboradores de Medcom, Cable Onda y sus sucursales de Panamá, Colón, Arraiján y Coronado.

Al surgir la crisis de salud del virus AH1N1, se dictaron charlas a todo el personal con el propósito de ilustrar sobre las formas de contagio y prevención del virus y que esa información también fuera utilizada en sus hogares.

Además, se entregaron **kits con mascarillas, gel antibacterial, alcohol, y toallitas con cloro** a todos los departamentos del Grupo Medcom y 10,000 mascarillas a todo el personal que tuviese contacto con el público y en la calle.

Jornada de **vacunación a todo el personal** del Grupo Medcom. Se vacunó contra la influenza estacional y contra el tétano.

El beneficio del Seguro de Salud se extendió a **111 nuevos colaboradores** de la Corporación Medcom con la finalidad de que el personal expuesto a mayor riesgo pueda estar cubierto ante cualquier eventualidad, principalmente accidentes laborales.





Esfera de

# Derechos Ambientales

## PRINCIPIO N° 7

Apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales

## PRINCIPIO N° 8

Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental

### Campañas y Actividades

#### Día de la Tierra

En la escuela primaria Francisco Arias Paredes, vecina de nuestras sedes principales, organizamos un **concurso de murales** alusivo al Día de la Tierra. Un comité de colaboradores evaluó todos los murales del colegio, resultando ganadores los estudiantes del primer grado.

#### Día del Árbol

En conjunto con la Autoridad Nacional del Ambiente, organizamos una siembra de árboles en la que participaron los niños ganadores del concurso de murales antes mencionados. Aquí logramos sembrar **300 árboles** en áreas protegidas del **Parque Ecológico Los Andes #2**.

#### Home

La producción internacional de Yann Arthus-Bertrand y Luc Bessonque fue estrenada mundialmente en conmemoración del Día Mundial del Medio Ambiente y fue transmitida el 7 de junio en la pantalla de RPC Televisión.

El mensaje de la película, orientado a sensibilizar sobre temas ambientales y sus posibles soluciones, logró un alcance de **98,000 personas** en el área metropolitana y una audiencia promedio de **31,572 personas**.

## PRINCIPIO N° 9

Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales

### Disminución de Contaminantes

#### Limpieza Ecoamigable

Para la limpieza diaria de los edificios de CORPORACION MEDCOM PANAMA Y CABLE ONDA, contamos con los servicios de la empresa PROCLEAN (Professional Cleaners, S.A), quienes se han sumado al grupo de empresas socialmente responsables. PROCLEAN utiliza productos 100% biodegradables, catalogados como LIMPIEZA EN VERDE, los cuales no hacen daño al medio ambiente y tampoco a los seres humanos.

Los productos biodegradables utilizados para la limpieza en nuestros edificios son:

- **OPTIMUS** (desinfectante y desodorante)
- **FRESH-MIX** (desodorante ambiental)
- **NEUTRA.MIX** (limpiador neutral para pisos)
- **SANI.MIX** (desinfectante para uso general)
- **CRYSTAL-MIX** (limpiador de vidrios y espejos)
- **GLOSS CREMA NARANJA** (limpiador de mueble)
- **FOAMY** (shampoo de esponja seca para alfombras)
- **PRE-TREAT** (removedor y ablandador de manchas para alfombras de tapicerías). (Todos los productos son de marca DIXIE).

#### Gasolina vs GLP

Grupo Medcom está consciente de la responsabilidad de conservar el Medio Ambiente, por ello, ha mantenido el consumo de Gas Licuado de Petróleo (GLP) en la mayor parte de su flota vehicular.

El proyecto logró su máximo punto con **77 vehículos** desde el año 2007. En el período actual, la cantidad **disminuyó a 52** por algunos problemas en varios vehículos que han llevado a un análisis de utilización del producto, marca y uso del vehículo.



Esfera

**Anticorrupción**

## PRINCIPIO N° 10

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

### Autorregulación

Desde el año 1999, Corporación Medcom es signataria del Código de Autorregulación de los Medios que se elaboró a partir de una invitación hecha por el Ministerio de Desarrollo Social (MIDES) a las principales empresas televisivas del país. Este acuerdo fue adoptado por el entonces Ente Regulador de los Servicios Públicos mediante resolución número JD-1556 en septiembre de ese mismo año.

Como parte de este acuerdo, nuestra empresa emite informes trimestrales (cantidad de horas dirigidas a programación familiar) y anuales (acciones concretas de cumplimiento del acuerdo) que son entregados a la oficina pública reguladora de las telecomunicaciones (Autoridad de los Servicios Públicos).

Diariamente nuestros noticieros presentan una declaración editorial que anuncia la no transmisión de imágenes sobre víctimas de violencia.

### Ética Periodística y Empresarial

Conscientes de la importancia de la autorregulación, no sólo en términos de transmisión responsable, sino también de contenido periodístico, Corporación Medcom participó como fundador y promotor de una instancia que agrupara a todos los actores del periodismo (televisoras, radios, periódicos, gremios, universidades), el Consejo Nacional de Periodismo (CNP).

El principal objetivo del CNP es consolidar el periodismo y crear una instancia ética, de autorregulación y análisis del ejercicio profesional. Es así como en marzo del 2006 se creó el Comité de Ética del CNP que recibe las quejas de los ciudadanos que pueden sentirse afectados por el tratamiento de una noticia.

Durante el período de este informe, el Comité no emitió ninguna resolución en relación a las televisoras y aunque si se presentaron varias quejas, sólo una fue contra nuestro noticiero; sin embargo, esta queja no formalizó el proceso y no fue considerada por el Comité.

En total, desde el año 2006, se han presentado y aceptado 5 quejas contra televisoras, de las cuales tres han sido para TVN, 1 para RCM y 1 para MEDCOM. Solo una tuvo fallo en contra del medio (el caso de RCM). Prensa escrita ha recibido 11 quejas y radio 1.



Comunicación de Progreso. Cumplimiento del Pacto Global  
Naciones Unidas | 2008-2009  
Informe preparado por la Dirección de Asuntos Corporativos © Grupo Medcom - Panamá

