

Comunicación de Progreso

*Cumplimiento del Pacto Global de
la Organización de las Naciones Unidas 2013*

medcom[®]



ÍNDICE



2 DECLARACIÓN DE COMPROMISO

3 ¿QUIÉNES SOMOS?

4 NUESTRA RSE

5 DECLARACIÓN UNIVERSAL
DE LOS DERECHOS DEL NIÑO

6 ESFERA DERECHOS HUMANOS

21 ESFERA LABORAL

27 ESFERA AMBIENTAL

31 ESFERA ANTICORRUPCIÓN

DECLARACIÓN DE COMPROMISO

De la voluntaria adhesión al Pacto Global, deben emanar directrices claras y contundentes en toda la estructura de la empresa firmante. En Medcom, ese compromiso se ve reflejado en decisiones internas pero sobre todo, entendiendo a profundidad el enorme impacto que tienen los medios de comunicación masiva en sus audiencias.

Internamente generamos los espacios, empoderamos a los niveles gerenciales y de directores, creamos conciencia en la empresa, promovemos el voluntariado y somos divulgadores ante la sociedad. De esta forma integramos los roles internos y externos para la puesta en ejecución de las esferas del Pacto Global.

Once años después de la adhesión de Medcom, el compromiso sigue vigente y en franco crecimiento, enfatizando aspectos de formación y perfeccionamiento que nos permitan fortalecer nuestra estrategia de RSE.

Ese es nuestro aporte como plataforma multimedios, es la forma como podemos robustecer nuestras acciones y responder a las expectativas de la sociedad, al tiempo que construimos un país más solidario y con igualdad de oportunidades.

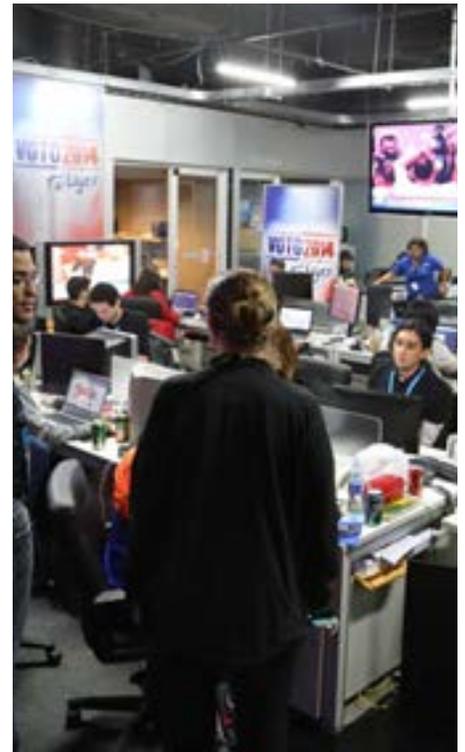


Nicolás González Revilla P.
Director General

QUIÉNES SOMOS

Medcom es una plataforma multimedios que aglutina a los principales canales de televisión abierta (Telemetro, RPCTV, MALL TV), televisión por cable (Cable Onda Sports, ECO TV), estaciones de radio (RPC Radio y Caliente 97.1) y portales web (telemetro.com; rpctv.com).

820 colaboradores permanentes constituyen nuestra planilla intercultural, de los cuales el 96% se ubica en la sede central, en ciudad de Panamá, 2.7% distribuido entre todas las provincias, incluye tanto a corresponsales como a personal de torres de transmisión, estas últimas enclavadas en regiones montañosas del país, y un 1.3% del personal ubicado en los estudios de Telemetro Reporta Chiriquí.



Nuestra Misión

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

Nuestra 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.

Nuestros Valores

Respeto	Creatividad
Integridad	Trabajo en Equipo
Pasión	Compromiso Social



NUESTRA RSE

Cimentada en la conciencia del rol social que tenemos como empresa de medios de comunicación masiva, nuestra RSE se proyecta en las materias fundamentales y en las esferas de cumplimiento del Pacto Global, distribuyendo las responsabilidades entre diversas gerencias para garantizar su apropiada ejecución y seguimiento.

Para efectos de este informe se presentan las acciones siguiendo la estructura del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas.

Es importante resaltar que a través de nuestros medios, el objetivo es brindar a la teleaudiencia nuevos contenidos y acciones que inspiren en la comunidad la reflexión, el compromiso y la participación para contribuir al logro de una mejor sociedad y medio ambiente.



Ámbito Interno

Para dar seguimiento y continuidad a los aspectos relacionados con la ejecución interna de la empresa, distintas áreas manejan variadas temáticas que serán abordadas más adelante en los capítulos de la Esfera Laboral, Esfera Ambiental y Anticorrupción.

De esta forma aseguramos que la práctica de la RSE no es una función aislada de un departamento o persona, sino que está instalada a lo largo y ancho de la gestión del negocio.

Ámbito Externo

Para el cumplimiento de los parámetros del ámbito Comunidad, sostenemos nuestras acciones de RSE en una pirámide compuesta por su **norte estratégico** (Infancia), **pilares de ejecución** (Educación, Salud, Deportes, Prevención de Violencia y Ambiente) y **base sustentadora** (Declaración Universal de los Derechos del Niño).



DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS DEL NIÑO

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

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

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

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

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

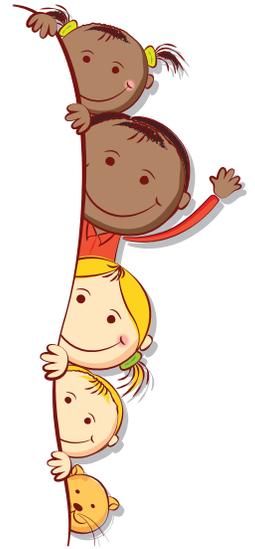
6 El derecho a la comprensión y al amor de los padres y de la sociedad.

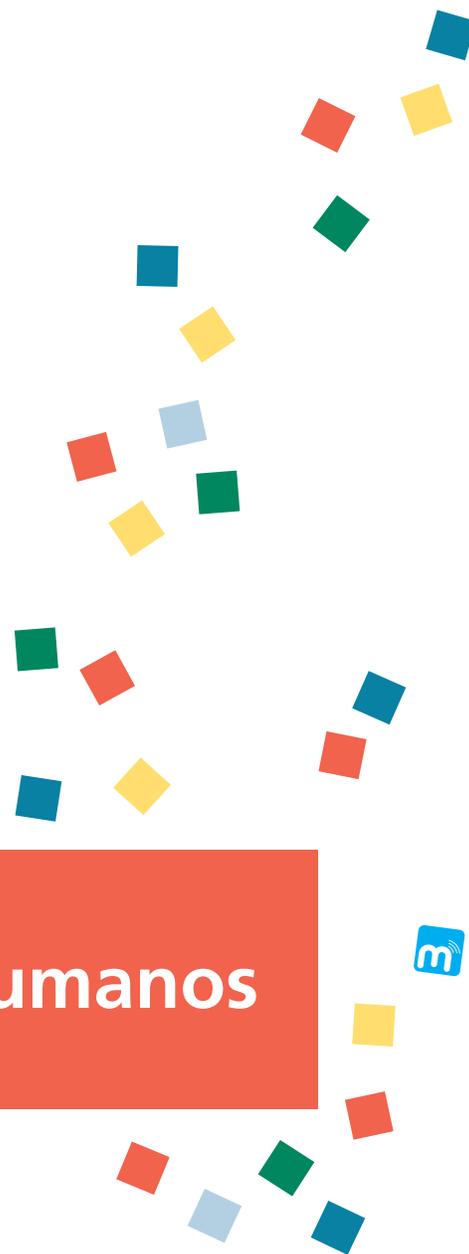
7 El derecho a actividades recreativas y a una educación gratuita.

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

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

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





Esfera de Derechos Humanos

PRINCIPIO No.1

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

PRINCIPIO No.2

No actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.

I. SALUD

1. Los Niños Primero

En una estrategia a beneficio de la ONG NutreHogar. Los Niños Primero volvió a enfocar sus esfuerzos en la colecta de alimentos que permite el funcionamiento de comedores de esta organización en sectores de extrema pobreza, principalmente de la comarca indígena Gnäbe Buglé. De forma muy eficiente, NutreHogar ha logrado capitalizar la exposición mediática sumando a más benefactores, lo que ha convertido a Los Niños Primero en su actividad de levantamiento de fondos más importante.



Año	Total Anual Recaudado	Instalación Construida
2013	B/.360,286.01	Remodelaciones en centros de: Bisira, Bekativí, Nutivi Centro y Kankintú
2012	B/.365,673.60	Remodelaciones en centros del Distrito de Kankintú
2011	B/.350,173.60	CEPI Lajero Abajo
2010	B/.397,120.18	CN Los Guarumos
2009	B/.391,638.62	Mantenimiento de todos los centros existentes
2008	B/.242,615.23	Sub Centro Suiche Comarca Gnäbe Buglé
2007	B/.286,202.03	Sub Centro Cerro Ortiga Comarca Gnäbe Buglé



2. Campaña Cinta Rosa y Azul

Medcom es firme aliado del Instituto Oncológico Nacional (ION) y multiplicador de sus mensajes de prevención del cáncer. A través de nuestro apoyo, voluntariado y comunicaciones, buscamos no sólo compartir estadísticas sobre la incidencia de tipos específicos de enfermedades oncológicas, sino también ofrecer un mensaje de valor, fortaleza y determinación.

En 2013 se hizo la serie "Cáncer: Historias de Vida" compuesta por 5 programas especiales, de 30 minutos cada uno, transmitidos en horario prime time, que permitieron resaltar la labor humana y médica así como la solidaridad y mística del Instituto Oncológico Nacional.

Nuestras ya tradicionales "Pinceladas de Amor", reúnen al público general, especialistas, voluntarios, familiares y curiosos en un simbólico equipo,



cuyos participantes ponen a través de pinceladas sobre una cinta gigante, su esperanza y aporte individual por esa meta común de superar al cáncer.

Detalle	Promos	Duración
El canal MALL TV complementó esta iniciativa con promos de prevención del cáncer de mama y próstata, con caras del canal.	4	6 veces diarias por 15 días
Invitando al evento "Pinceladas de Amor"	1	6 veces diarias por 15 días
Gráficas animadas de "Sabía Usted" durante "Pinceladas de Amor"	4	Transmisión en vivo

Cinta Rosada y Azul

TELEMETRO
 Cuñas: 72
 Segundos Totales: 1,058

II. EDUCACIÓN

1. Tremenda Nota

En seguimiento a la alianza social con el Club Activo 20-30 y su Librotón, la colecta de libros y útiles escolares Tremenda Nota se desarrolló durante el período comprendido entre el 1º de febrero y 8 de marzo, incluyendo **5 entrevistas** de invitación a donar, **3 pases semanales en directo** con donaciones o llamados a participar, **108 rotaciones** de promociones de invitación.

Tremenda Nota

TELEMETRO
 Cuñas: 108
 Segundos Totales: 4,212

RPC TV
 Quemados: 102

Año	Escuelas Beneficiadas	Libros
2013	10 escuelas 30 bibliotecas	66,331
2012	45 escuelas 14 bibliotecas	143,500
2011	52 escuelas 83 bibliotecas	165,000



III. PREVENCIÓN DE VIOLENCIA

1. Cruzada Juvenil por la Paz

Tras un año de labores de la Cruzada Juvenil por la Paz, se logró identificar un grupo de líderes juveniles que en la segunda versión de este proyecto, fueron potenciados a un nivel superior de empoderamiento.

Con el apoyo del Programa de Seguridad Integral (PROSI), del Ministerio de Seguridad y la Policía Nacional a través de su pilar de Policía Preventiva, Telemetro pudo cimentar sólidas bases de proyección y liderazgo, fusionadas con la formación necesaria para que los jóvenes se convirtieran en activos buscadores de soluciones en sus comunidades o entornos educativos.

En ese sentido, fueron capacitados para la realización de proyectos sociales, lo que les permitió seleccionar un problema social, generar un plan de acción identificando aliados, cronograma de acción y presupuesto. **89 jóvenes recibieron 3,447 horas de capacitación.**

Cada equipo de los 7 integrantes de la Cruzada Juvenil trabajó intensamente en la creación de proyectos orientados a resolver una problemática social específica.

Equipo	Problema Identificado	Proyecto	Resultado
Colegio Artes y Oficios	Reputación del colegio y estudiantes afectada por algunos disturbios públicos atribuidos al plantel.	Campaña de sensibilización y proyección positiva del colegio y los estudiantes	<ul style="list-style-type: none">• Foro para el día de la juventud con 500 estudiantes invitados• 6 entrevistas en medios de comunicación• 2 publicaciones en periódicos• 1 programa de TV completo con los estudiantes como invitados (Debate Abierto - 14 de Agosto 2013, Alcance: 82,970 personas)
Colegio José Antonio Remón Cantera	Falta de condiciones apropiadas en espacios dispuestos para actividades en el colegio	Acondicionamiento del Gimnasio	<ul style="list-style-type: none">• Compra de abanicos• Remozamiento de pintura del gimnasio• Alianza con la vecina Iglesia de la Misericordia para trabajo voluntario
Colegio Badi	Fortalecimiento de valores	Campaña de valores para los estudiantes del 10° grado	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta a estudiantes de 10° grado• Actividad Recreativa• Desarrollo de la Campaña COALA (Campaña de Orden, Aseo y Liderazgo en Acción)

Equipo	Problema Identificado	Proyecto	Resultado
Arraiján, Chorrera	Falta de oportunidades de esparcimiento sano en un área afectada por la violencia	Liga de futbol mixta de Puerto Caimito	<ul style="list-style-type: none"> • 200 jóvenes inscritos y jugando • 35 partidos jugados • 10 sesiones motivacionales como condición previa para jugar
Instituto Técnico Don Bosco	Necesidad de alertar a toda la comunidad educativa sobre el bulling	Campaña "Ponte en los zapatos del fren"	<ul style="list-style-type: none"> • Concurso de murales • Concurso de Shoting • Actividades • Charlas Informativas
Movimiento Nueva Generación	Falta de espacios públicos para sano esparcimiento	Acondicionamiento del Parque de calle 21	<ul style="list-style-type: none"> • Parque acondicionado
Colegio y Hogar San José de Malambo	Necesidad de instalar cultura de reciclaje en el colegio y el hogar	Campaña "Todos juntos por una cultura de reciclaje"	<ul style="list-style-type: none"> • Volanteo • Charlas Informativas • Decoración de Murales • Instalación de contenedores de reciclaje.

Como manera de reconocer el trabajo realizado por los equipos durante más de 6 meses, la Fundación Tu Panamá Te Necesita, decidió acuerpar uno de los proyectos extendiendo sus impactos para el año 2014. El proyecto fue seleccionado después de sesiones de evaluación en las que participaron representantes de la Policía Nacional, Pastoral Juvenil de la Arquidiócesis de Panamá y PROSI, dándose el reconocimiento de Proyecto Sobresaliente al equipo de Arraiján-Chorrera.

Se hizo también reconocimiento a las dos participantes que tuvieron asistencia perfecta, siendo ambas del Colegio San José de Malambo.

Adicionalmente se transmitió un **programa especial de 1 hora de duración** que plasmó el detalle de los 7 proyectos de los equipos participantes, resaltando el rol positivo de los jóvenes en la solución de problemas sociales.



Programa Especial

Alcance: 107,654 Personas

IV. DEPORTES

1. Mundial del Barrio

Somos conscientes de que el futuro de Panamá depende de las herramientas y valores que brindemos a nuestros niños y jóvenes. Por esto, en Medcom apostamos por el deporte y la educación como mecanismos para reducir la vulnerabilidad de estos grupos ante el pandillerismo, la violencia y las drogas. Esto se logra a través de la alianza con el Movimiento Nueva Generación que permite la realización del Mundial del Barrio que es ofrecido a nuestros clientes como benefactores más que como socios comerciales.



2. COS Awards

Con el propósito de enaltecer a atletas y futuras glorias deportivas de Panamá, se creó la ceremonia de premiación deportiva que busca reconocer a los atletas panameños que se destacaron en el año; como un aplauso que se expande desde la comunidad deportiva hasta la sociedad en general. Cada edición de los COS Awards honra la pasión, esfuerzo e impulso de superación a un grupo seleccionado de atletas meritorios.

Cada año en la ceremonia, también se resalta la vida profesional de un deportista que, por sus méritos y trayectoria, merece ser distinguido como "Excelencia Deportiva". En la última entrega, el galardonado fue Carlos Lee por sus éxitos en el béisbol profesional, como por su actitud positiva, su gentil acercamiento y apoyo a la comunidad.

Además, COS Awards presenta una categoría de "Atleta Especial" que reconoce el esfuerzo del deportista especial más destacado del año.



V. MEDIO AMBIENTE

Nuestro Planeta: Programa mensual que desarrolla la problemática del medio ambiente y da soluciones para que todos podamos convertirnos en agentes de cambio y preservación.

Nuestra América: Se presentaron **20 programas de 30 minutos** para un total de **10 horas** de contenido de alta calidad técnica producido por la Fundación Albatros que genera conciencia sobre temas sociales, ambientales y culturales críticos en Latinoamérica.



VI. PLATAFORMA CON FINES SOCIALES

1. Contenido Positivo

(a) Apóyate en Mí

Es el programa social de Telemetro que busca llevar bienestar y soluciones sostenibles, que se traduzcan en calidad de vida, a los más necesitados.

Tras la evaluación de diferentes casos sociales, Apóyate en Mí proporciona medios e instrumentos, ya sea a cada asociación o comunidad para que en un esfuerzo mixto, se encuentren soluciones y se fomenten cambios que perduren exitosamente o que progresen a futuro.

Para los clientes que patrocinan este espacio, se ofrece una comercialización especial que incluye varios elementos promocionales como: **reportajes, menciones, entrevistas y una bonificación especial** en sus rotaciones publicitarias.



Comunidades Beneficiadas	Área de Especialidad	Obra Realizada	Proyecto Sostenible
Movimiento Nueva Generación/ Chorrillo, Provincia de Panamá	Prevención de violencia en niños y jóvenes	Becas estudiantiles, equipos para cocina, acondicionadores de aire, materiales para guardería	
Fundación Creo en Ti / Arraiján, Provincia de Panamá	Atención, vivienda, educación de jóvenes en situación vulnerables	Implementos para biblioteca, computadoras, adecuación de dormitorios	Cooperativa y capital semilla

Comunidades Beneficiadas	Área de Especialidad	Obra Realizada	Proyecto Sostenible
Fundación RESA/ Tolé, Provincia de Chiriquí	Hospedaje, alimentación y educación a jóvenes indígenas	Implementos de cocina, adecuación de dormitorios, adecuación para aulas de clases	Granja autosostenible
Casa Hogar el Buen Samaritano/ Panamá, Provincia de Panamá	Hogar de acogida para pacientes de VIH y SIDA	Adecuación de cocina y lavandería, alimentación por un año, auto para transportar enfermos	Reforzamiento de proyectos de autogestión.

(b) Esa Cabellera Blanca

Este proyecto, esperado por todos los panameños y que ya cumplió 39 años, destaca entre los meses de noviembre y diciembre a un grupo de madres panameñas. Estas mujeres luchadoras, mayores de 80 años, han dedicado su vida a forjar hijos e hijas, ya sea de sangre o crianza, a través de su tenacidad, su sacrificio y fortaleza espiritual.



(c) Franjas Familiares e Infantiles

Tanto Telemetro, como RPCTV, anualmente destinan un total conjunto aproximado de 848.5 horas de programación específica para niños, jóvenes y familias, distribuidas de la siguiente manera:



Películas Familiares

De enero a diciembre, franjas fijas de películas familiares, presentadas los fines de semana.



La Casa de Eddie

De enero a diciembre



Franja Infantil Semanal

Sabatina con programación especial para niños y familias.



 **Pequeños Gigantes:** De octubre a noviembre, es un formato internacional de programa familiar de concurso donde se destacan los talentos de los niños.

 **Pelaos con Salsa:** De julio a agosto, es un formato nacional familiar de canto de género latino (salsa) y reforzando historias positivas de cada joven participante (liderazgo, unión familiar, estudios, etc.).

 **Navidad con Santa Rosa:** 16 de diciembre, es un cuento de navidad musical para toda la familia, protagonizada por los chicos y chicas participantes de Pelaos con Salsa y el artista internacional Gilberto Santa Rosa.

(d) Transmisiones de carácter religioso

- **Un Minuto para Dios:** de enero a diciembre. Es una cápsula diaria de 1 minuto cada una, con un mensaje positivo que da apertura a la programación matutina del canal a las 5:55 a.m.
- **La Rosa de Guadalupe:** de enero a diciembre, **520 horas.** Franja diaria del programa familiar internacional, que ofrece mensajes y enseñanzas positivas, relacionados a situaciones humanas y familiares del día a día.
- **Mensajes Mensuales de Monseñor Ulloa:** Se hicieron **4 versiones de mensajes de 30 segundos** cada una, con mensajes positivos, de guía y enseñanza, presentados por el Arzobispo de Panamá, José Domingo Ulloa. Los mismos rotaron durante la programación a manera de breves cápsulas, durante todo el año y cuyo contenido y temática varió según el mes y la temporada correspondiente.
- **La Santa Misa:** de enero a diciembre, transmisión en vivo de la misa católica dominical, para un total **52 horas** anuales.
- **Películas Religiosas:** abril, **30 horas.** Emisión de variadas películas religiosas durante la Semana Santa.
- **Cita Eucarística:** Producción y transmisión en vivo de esta misa especial anual, **4 horas.**



- **Escogencia del Papa (Cónclave): 3 horas**

En 2013 se dio la escogencia del nuevo Papa Francisco y la pantalla Telemetro presentó **pases en vivo desde El Vaticano** durante los noticieros, así como también la **transmisión en vivo de la escogencia** del líder católico.



- **Documental "Francisco un Papa entre la gente": 1 hora en horario estelar.** Documental que narra la vida del Papa Francisco, desde su nacimiento hasta su designación como nuevo guía espiritual de la comunidad católica internacional.

- **Procesión Acuática de Santa María la Antigua:** En el mes de septiembre, se realizaron **pases en vivo** durante los eventos de esta celebración religiosa.



- **Documental Santa María La Antigua:** Cada año, durante el mes de septiembre se presenta este documental sobre Santa María La Antigua, patrona de Panamá.

- **Serenata a la Virgen de Guadalupe:** Programa especial de 1 hora que celebra la fe y milagros de la venerada Virgen de Guadalupe (12 de diciembre).

- **Mensaje y Bendición Urbi et Orbi:** Transmisión en vivo del tradicional mensaje del Papa Francisco (25 de diciembre) desde Roma, para ofrecer la esperada bendición Urbi et Orbi. **30 minutos**

(e) Programas Radiales

- **Juventud RPC:** La juventud panameña anhela ser escuchada y tener la oportunidad de ser gestora de cambios sociales, a través de su opinión, dudas e ideas. Llenando ese cometido, Juventud RPC, es un espacio abierto para la participación de jóvenes, principalmente estudiantes universitarios.

También, se emitieron cerca de **42 cápsulas** dentro del programa radial de nuestro reconocido y respetado periodista Álvaro Alvarado, Choque de Opinión.

- **Derecho De Familia:** En alianza con la especialista Mariela Ledezma se rotaron **consejos sobre derecho de familia** que incluyeron los siguientes temas:

- **Igualdad de los hijos ante la ley**
- **Establecimiento de la Pensión de Alimentos**
- **Guarda y Crianza**
- **Violencia Doméstica**



(f) Civismo, Folklore y Cultura

● CIVISMO:

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

● FLOKLORE Y CULTURA NACIONAL:

- **Así es Mi Tierra: 50 horas.** Programa folklórico semanal donde se exaltan las tradiciones nacionales, costumbres, gastronomía y festividades folklóricas de todo el país.
- **Desfile de las Mil Polleras: 3 horas.** Transmisión en Vivo del desfile folklórico de las Polleras desde la Ciudad de Las Tablas, resaltando los trajes típicos panameños y la relevancia de un legado que pasa de generación en generación, en esta ciudad que es cuna de las tradiciones panameñas.
- **Semilla de Cantores: (enero-marzo) 25 horas.** Programa Familiar, concurso folklórico infantil de canto de décimas que busca sembrar en los niños, el interés por ese estilo de canto vernacular, la supervivencia del género, los instrumentos utilizados y el estilo de composición.
- **Viene La Tuna: 22.5 horas.** Programa concurso que mezcla diversas manifestaciones folklóricas, tanto de canto como de danzas, para su promoción y divulgación.



2. Alianzas de Contenido y Programación

(a) Programas de Aporte Social:

- **Documental “Out: La Salida Está en Tu Mente”:** Programa especial de 2 horas, que plasmó la vida de las mujeres en las cárceles de Panamá, sus luchas emocionales y cómo logran cambiar sus vidas cuando obtienen su libertad buscando enfocarse hacia la generación de oportunidades de reinserción social. **Alcance: 289,732 personas.**

- **Documental "Querido Panamá":**

Programa especial que puso de manifiesto la dificultad de las parejas panameñas que deciden adoptar un niño. **30 minutos.**

- **Maestro Estrella**

Este proyecto de empeño multisectorial, dignifica y elogia la labor del maestro/a responsable de la buena educación y es posible gracias a la labor de Telemetro, en alianza con el Ministerio de Educación y un grupo de patrocinadores que se integra al proyecto a través de paquetes sociales de comercialización con bonificaciones especiales.



En su tercer año de emisión participaron 15 candidatos (1 por región educativa) que representaron los valores, entrega y compromiso de cada región.

Además de la **transmisión de la Gala de Premiación, en directo**, se transmiten los **perfiles de cada maestro y escuela** nominada en un segmento especial en el noticiero estelar y matutino.

- **Proyecto Estrella**

Iniciativa del Club Activo 20-30 que busca promover y fomentar valores entre la juventud. Participan jóvenes entre 13 a 17 años que expresan su talento artístico.

- **Bingo Telejapai**

Actividad de la Fundación Mary Arias, organización que se dedica a la atención de niños y niñas con parálisis cerebral. Con la dinámica del tradicional juego de bingo, las familias panameñas juegan desde sus hogares por grandes premios, al tiempo que apoyan el Centro Metropolitano de Atención. **Programa emitido en prime time.**



Foto: revistac9.blogspot.com



3. Alianzas Comerciales con Fines Sociales **Programas de Aporte Social:**

Las pantallas de Medcom y algunos de nuestros fieles clientes se unen para hacer realidad iniciativas en diversas áreas, con el fin de destacar la labor y buenos valores de los panameños.

(a) Mc Donald's/ McDia Feliz 2013

Esta actividad reunió a figuras de televisión y radio de Panamá para que, a través de la promoción y venta del emparedado Big Mac, se reunieran los fondos para equipar e iniciar las operaciones de la primera Casa de Ronald McDonald en Panamá. Este año como siempre participaron figuras de nuestras pantallas y se reforzó la divulgación con **pases en vivo, reportajes, entrevistas y una bonificación especial** en la pauta de la promoción de convocatoria del evento.

(b) Premio al Desarrollo Sostenible Odebretch

El objetivo principal del Premio Odebretch es concienciar a los jóvenes universitarios acerca de los problemas sociales del país, incentivándolos a buscar soluciones que atiendan dichas necesidades, sin afectar a las generaciones futuras.

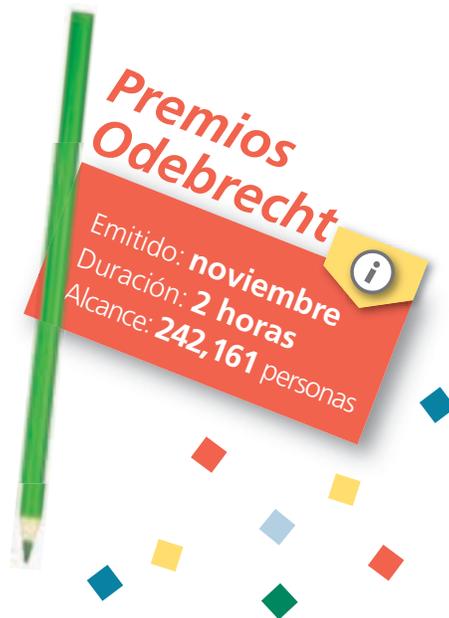


Foto: Odebretch

En 2013, la pantalla Telemetro fue patrocinadora por tercer año en una alianza que incluye **transmisión en vivo** de la ceremonia de premiación, **reportajes en noticieros, entrevistas y menciones** en nuestros noticieros y programas regulares.

(c) Concurso Nacional de Oratoria Cable & Wireless-Caja de Ahorros-MEDUCA 2013

Con el tema central "El papel de la juventud en la democracia: Legitimidad, eficacia y participación activa" se presentaron los representantes de las provincias y comarcas haciendo uso de su talento en investigación y oratoria.

El concurso se transmitió en vivo en Telemetro y RPC TV, adicionalmente hubo rotación de **reportajes, entrevistas, visitas y menciones** en nuestros programas.

4. Contenido de Proveedores Externos

(a) **Albatros:** con extraordinaria calidad audiovisual, se presentan interesantes reportajes sobre biodiversidad, ambiente y patrimonio natural. **Se transmitieron 20 programas de 30 minutos: 10 horas.**



Foto: sertv.gob.pa

(b) Causa Común: Programa mensual, de 30 minutos de duración, presentado y producido por personalidades expertas en el campo de la comunicación y la responsabilidad social empresarial, en el que se presentan las iniciativas más recientes de empresas locales e internacionales, en el campo de la RSE. **6 horas anuales.**



(c) Nuestro Planeta: Producido y presentado por una autoridad en temas de protección ambiental, Raisa Banfield. Su contenido va orientado a la preservación y a la generación de conciencia ambiental. **6 horas anuales.**



(d) Tu Canal al día: Programa informativo producido por el Departamento de Audiovisual del Canal de Panamá, con el fin de dar a conocer al público general las actividades sociales y culturales más relevantes, gestiones de su funcionamiento, segmentos educativos y de consulta, además de entretenimiento y turismo. **6 horas anuales.**

(e) Buena Idea: Programa mensual donde se resalta la responsabilidad social empresarial de empresas locales e internacionales. **4.5 horas anuales.**

(f) Ideas en Positivo: Programa mensual que busca resaltar diversas actividades sociales y positivas para toda la familia.



(g) Papeto: Programa educativo animado de producción nacional, que fomenta valores y buen comportamiento en los niños. Se transmitieron **52 horas anuales.**

5. Divulgación de Mensajes SUMÁNDONOS

A través de SUMÁNDONOS, nuestro sistema multimediático de apoyo social, Medcom ofrece tiempo aire de cortesía a aquellas ONGs que deseen comunicar sus actividades sociales, deportivas, culturales y educativas y que cumplan tanto con los requisitos de uso, como con la implementación en sus piezas de apoyo a las personas con discapacidad auditiva.

Las organizaciones no gubernamentales, luego de solicitar nuestra colaboración, según metodología y condiciones establecidas, divulgan de manera gratuita sus mensajes, entrevistas, menciones y cápsulas desde nuestros espacios rotativos comerciales y programas, tanto de radio como de televisión abierta y por cable.

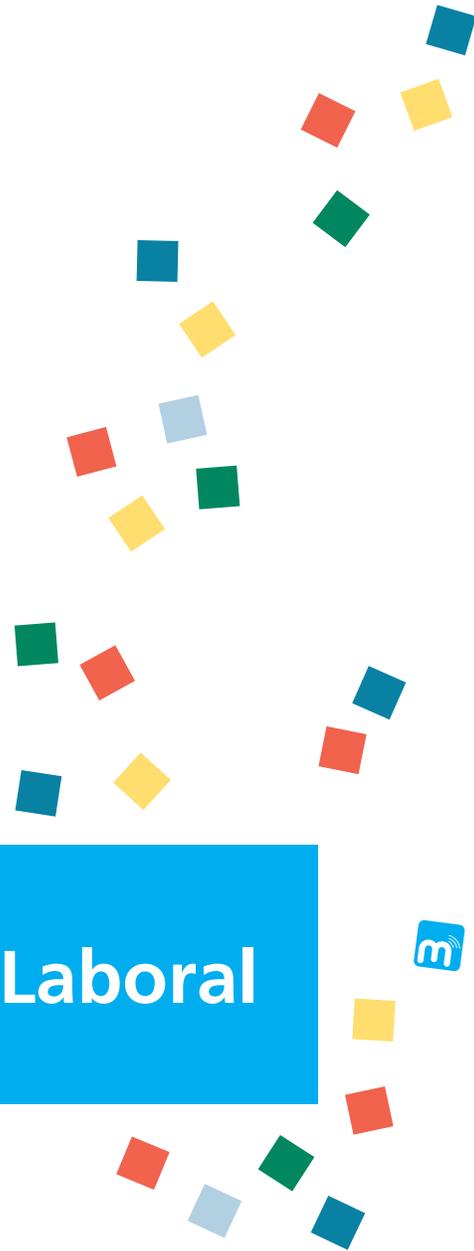
Año	Campañas Pautadas	Reportajes	ONG's Beneficiadas	Coberturas
2013	83	113	113	33
2012	86	69	52	9
Incremento	-3.49%	63.77%	117.31%	266.67%

6. Voluntariado MEDCOM

La organización del Voluntariado Medcom se sustenta en un Comité de Voluntariado integrado por 6 colaboradores de distintos departamentos de la empresa. Sus actividades, convocatorias y metas son definidas por este equipo y comunicadas al resto de los inscritos en este movimiento.

Durante 2013, el personal de Asuntos Corporativos, responsable de la estrategia de RSE de la empresa, participó en la Mesa de Voluntariado Corporativo organizada por SUMARSE (organización sin fines de lucro destinada al fortalecimiento de conocimientos y experiencias de Responsabilidad Social) con el propósito de reforzar capacidades que permitan hacer crecer tanto el número de voluntarios, como la cantidad de horas dedicadas a este propósito. Se dedicaron 40 horas de capacitación en la Mesa de Voluntariado Corporativo.





Esfera Laboral

PRINCIPIO No.3

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

I. DERECHO A ASOCIACIÓN Y BENEFICIOS

El derecho a la libertad de reunión y asociación pacífica se establece en 1948 como artículo 20 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos; en nuestro país todo lo concerniente con relaciones colectivas es regulado por el Libro III del Código de Trabajo.

Medcom es respetuoso de este derecho universal y de los convenios del Sindicato de Trabajadores de Corporación Medcom Panamá (SITRACOMEPE), en el que el principal de estos acuerdos es la Convención Colectiva de Trabajo (CCT), vigente hasta 2015 y que se revisa y renueva cada cuatro años.

La CCT, registrada el 21 de octubre de 2011, beneficia a los colaboradores con seguro de vida, aumentos según antigüedad y salario, bono navideño, anteojos, apoyo familiar en caso de nacimiento de hijos, matrimonio, defunción; reconocimiento a aquellos colaboradores que culminan estudios universitarios, participación de utilidades, ligas deportivas, actividades familiares, entre otros. Además, la CCT fundamenta los aspectos relacionados con la salud, seguridad industrial y capacitación.



II. ASPECTOS LABORALES

1. Capacitación y Desarrollo

La Gerencia de Gestión Humana reconoce que nuestros colaboradores son la base del éxito y por ello, en 2013 se invirtieron **\$399,764.89** equivalentes a **2,240 horas de Capacitación**; repartidas en promedio un promedio de **560 colaboradores**.

Los colaboradores beneficiados recibieron **capacitaciones variadas y especializadas** en temas como: Curso de hoja de cálculo digital, Seminario de automatización de Plantillas de Quemados, Taller de Cuerdas tipo Rally, Seminario Técnica de Entrevista de Integridad, Taller de Identificación de Billetes Falsos, Seminario de Neuromarketing, Programa de Clima «Manejo del Cambio», Programa de Metodología de Ventas para Ejecutivos de todas las plataformas, cursos para equipos de Mercadeo (Dirección de Arte, Modelado 3D, Ilustrador), Participación en Seminarios del periodista internacional Ismael Cala, Taller Derecho de Autor para Medios Digitales, Capacitación a camarógrafos por Pop Up, Cobertura de Elecciones, Conocimiento del SIPE y Código de Trabajo, Calidad en el Desempeño (Mensajeros), Gestión de Créditos y Cobros.

Así mismo, se ofreció capacitación en **Formación de Alta Gerencia**, mediante didácticas avanzadas como Diplomado de Administración de Proyectos, Seminario Internacional Gerentes como Mentor, Seminario de INCAE «Gestión Avanzada de Equipos de Alto Desempeño», Certificación de Gerentes de **Covey**, Programa PAG en **INCAE** para líderes.

2. Reclutamiento, Selección, Igualdad de Oportunidades

La CCT, en su cláusula No.15 señala que “cuando en la empresa se produzcan ascensos o vacantes, se tomarán en cuenta los trabajadores más antiguos y eficientes para la selección, pero se reserva el derecho de seleccionar, tomando en consideración los mejores intereses de la empresa”.

En 2013, el 26% de las vacantes fue ocupado por personal interno.

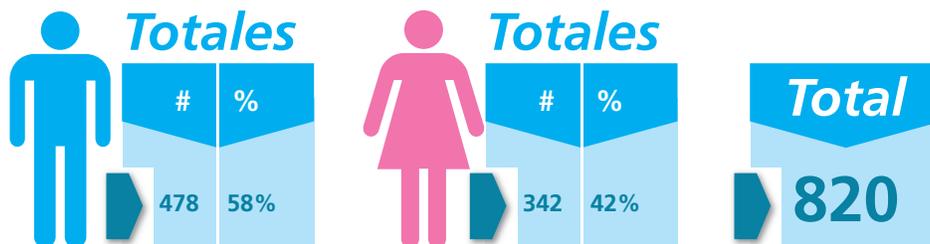


Posiciones de gerencias senior, gerencias, coordinadores y jefes (cantidad total en la empresa, relación de hombres/mujeres en estas posiciones).

Porcentajes por Género

Tipo de Puesto	#	%	Tipo de Puesto	#	%	Total
Directores Adjuntos	6	86%	Directores Adjuntos	1	14%	7
Gerente Senior	20	51%	Gerente Senior	19	49%	39
Gerente	14	50%	Gerente	14	50%	28
Jefes	24	44%	Jefes	30	56%	54
Total	50	50%	Total	50	50%	100

Fuerza Laboral



3. Oportunidad de Aprendizaje

Medcom es una empresa que fomenta y abre sus puertas al aprendizaje de jóvenes de nivel secundario y universitario (en ocasiones particulares, practicantes voluntarios), mediante prácticas profesionales que estos realizan en las diferentes áreas laborales.

En 2013 se recibieron 127 estudiantes: 105 universitarios + 22 escolares. El 14% de los practicantes fue contratados.

4. Bienestar del Empleado

Trascendiendo el espacio laboral, se desarrollan actividades de diversión y esparcimiento, como las tradicionales y preferidas actividades deportivas. En 2013 se realizó un triangular de baloncesto, cuyos equipos estuvieron integrados por 7 jugadores cada uno. También se llevó a cabo una animada liga de bolos de 6 equipos, de 5 jugadores cada uno. La popular liga de fútbol contó con la concurrida participación de 9 equipos masculinos (127 jugadores) y 3 equipos femeninos (37 jugadoras). Y se constituyeron dos equipos de cayucos, de 4 integrantes cada uno.

Trascendiendo el espacio laboral, se desarrollan actividades de diversión y esparcimiento, como las tradicionales y preferidas actividades deportivas. En 2013 se llevaron a cabo tres ligas de fútbol, baloncesto y bolos; además se constituyeron dos equipos de cayuco.

	Equipos	Jugadores por equipo
Fútbol Masculino	9	127
Fútbol Femenino	3	37
Baloncesto	3	7
Bolos	6	5
Cayucos	2	5

Como parte de las actividades de bienestar, también se llevó a cabo la Feria de Proveedores y la Feria de Salud, con la participación de más de 25 proveedores en cada una. Estas ferias ofrecen descuentos en productos y servicios para los colaboradores.

Las celebraciones para el personal son tradicionales en Medcom y, a través de ellas, se agasaja al personal en las diferentes fechas en que se honran las profesiones que desempeñan. Algunas de estas celebraciones son el **Día del Periodista, Camarógrafo, Secretaria, Diseñador Gráfico, Locutor, Mensajero, Informático, y del Abogado**. Igualmente se celebró el **Día del Padre, Día de la Madre y la Fiesta de Navidad** para los hijos de los colaboradores, **Reconocimiento por Antigüedad, Fiesta de Navidad para los colaboradores** y el **Reconocimiento** a los colaboradores que modelen los Valores MEDCOM.

5. Seguridad y Salud Ocupacional

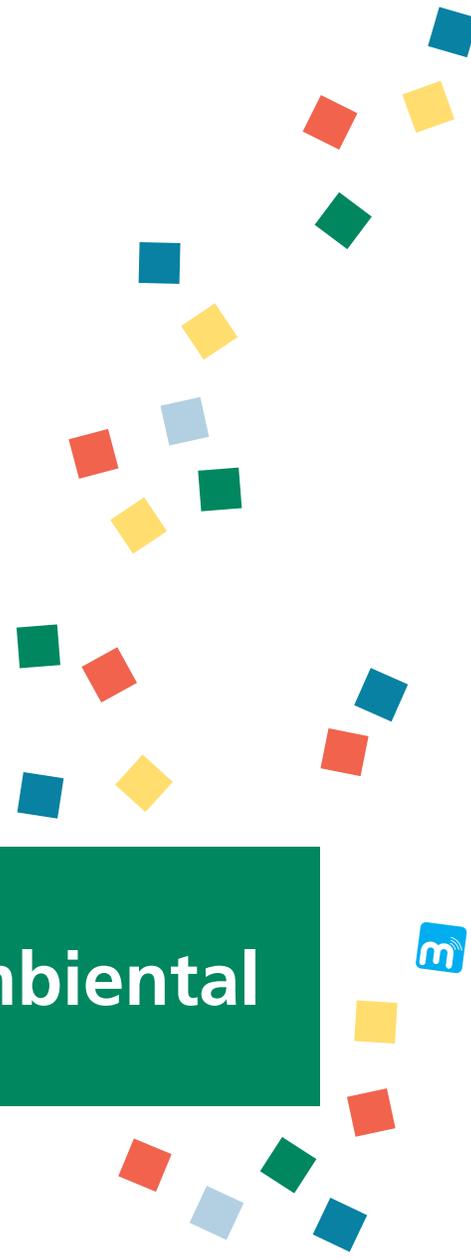
En beneficio del personal, Medcom cuenta con un Plan de Prevención de Riesgos Profesionales y de Seguridad e Higiene en el Trabajo, obligatorio para toda empresa, según Resolución No. 45-588-2011-JD de la Caja de Seguro Social.

Además, la empresa cuenta con servicio médico dentro del plantel, que ofrece atención gratuita en horarios específicos para los colaboradores. En 2013, se realizaron **1,500 consultas médicas** por el doctor de cabecera.

Durante el período que comprende este informe se dieron **16 accidentes laborales**.







Esfera Ambiental

PRINCIPIO No.7

Apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.

PRINCIPIO No.8

Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

I. ESTRATEGIA VERDE

Luego de transitar por las acciones ambientales a través de iniciativas de promoción, divulgación y acción, Medcom ingresó en el Programa de Ecoeficiencia Empresarial organizado por SUMARSE, en el año 2012.

Esta decisión llevó a la empresa a una comprensión más profunda sobre los efectos ambientales de su operación y, con ello, se tomaron importantes medidas internas que parten de la asignación de una persona fija de contacto con los temas ambientales y de ecoeficiencia. Es así como la Coordinadora de Servicios Administrativos asiste a presentaciones y capacitaciones con el propósito de reforzar los conocimientos e identificar oportunidades de mejora constante.



1. Huella de Carbono

Durante el año 2013, MEDCOM continúa su proceso Reporte de su Huella de Carbono Corporativa. Durante los próximos años (2014-2016), realizará acciones enfocadas a la ecoeficiencia empresarial y la compensación de los impactos ambientales referente a la emisiones de Gases de Efectos de Invernadero. Por otro lado mantiene el compromiso de incorporar acciones que logren reducir, mitigar y compensar la Huella de Carbono

Año	Alcance1	Alcance2	Total
2013	1,120	4,526	5,646
2012	944	5,280	6,224
2011	1,045	3,519	4,564



2. Apropiado Manejo de Desechos

Pilas y Baterías: Medcom continúa con la apropiada y responsable tarea de recoger las pilas y baterías, de las que es gran consumidor por su línea de trabajo en vivo. Es así como reanudó el convenio con la Alianza Contaminación Cero y su programa "Ponte las pilas con las pilas", para el apropiado descarte de esos insumos altamente contaminantes. Para ello, cuenta con estaciones y envases especiales para la recolección, distribuidos en todo su edificio.

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

Año	Cuadro de Material Reciclado por Tour Reciclaje (En Libras)
2013	694.23
2012	702
2011	1,501.5

3. Acción y Divulgación

Telemetro Reporta Verde: segmento semanal del noticiero televisivo Telemetro Reporta. 52 segmentos con hasta 4 rotaciones semanales.

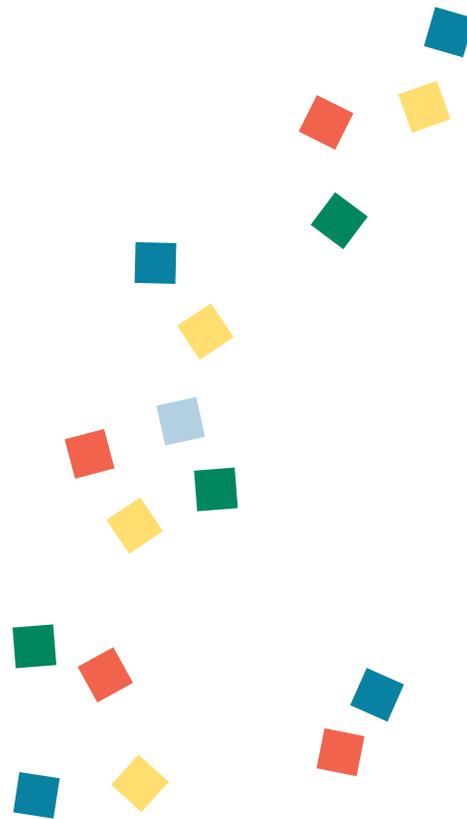
Día de la Tierra: En alianza con la Autoridad Nacional del Ambiente, se hizo una amplia divulgación del Día Internacional de la Tierra (22 de abril) que incluyó reportajes en radio y tv, transmisión en directo y entrega de 2,000 plántones a conductores y transeúntes.

Tour del Reciclaje: Como es tradicional, 3 colegios del área cercana a las instalaciones de Medcom, participaron en el Tour del Reciclaje que busca motivar a los estudiantes con las dinámicas del reciclaje, identificando y clasificando los desechos apropiadamente. Participaron los colegios Instituto América, Comercial Panamá y Francisco Arias Paredes. El grupo ganador recibió como incentivo una divertida tarde de cine.

Feria Yo Reciclo: utilizando la plataforma multimedios de Medcom, se da amplia divulgación a las ferias mensuales Yo Reciclo. Un espacio abierto para el reciclaje, generar conciencia en niños y adultos y estimula la participación voluntaria en diversas actividades. El evento es organizado por Robamorena que recibe un total de 8 entrevistas, 9 menciones y 2 coberturas.







Esfera Anticorrupción

PRINCIPIO No.10

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



I. CUMPLIMIENTO DE NORMATIVAS LEGALES

1. Derecho de Autor y Propiedad Intelectual

Amplia legislación regula y protege los derechos de autor, propiedad intelectual y derechos de propiedad industrial. La Constitución Política de la República de Panamá, el Código Penal, las Leyes N° 15 de 8 de agosto de 1994 y N° 64 de 10 de octubre de 2012 y el Decreto N° 261 del 3 de octubre de 1995 (que reglamenta la Ley 15), entre otros, dan amplia protección a las obras intelectuales de diversa índole y manifestación.

En ese sentido, Medcom incluye en todos sus formatos de contratos de contenido, el respeto a estas normativas así como insta a terceros a respetar y sostener los parámetros existentes al respecto.

(a) Contratos de Alquiler de Espacio

Establecen que los productores obtendrán los permisos y autorizaciones respectivas, incluyendo, pero sin limitar a la autorización por el uso de obras, música, interpretaciones y materiales sujetos al derecho de autor, así como también lo relativo a la propiedad industrial que sean incluidos en la producción de cada programa.

De igual manera, los productores se obligan a obtener todos los permisos y autorizaciones que, sin ser limitantes, en materia civil, comercial, intelectual, laboral, ambiental o cualquier otra naturaleza, deba adquirir por razón de la producción, transmisión y comercialización de sus programas.

No solo se busca el mero cumplimiento de la ley, sino generar conciencia en los productores de espacios sobre la legislación vigente y la importancia de su estricto cumplimiento de manera que esta práctica se extienda a la cadena de valor de Medcom.

Ese mismo espíritu priva ante el respeto a los acuerdos firmados con la Sociedad Panameña de Productores Fonográficos (PRODUCE) y la Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC); acuerdos que garantizan el ejercicio de los derechos morales y patrimoniales de sus asociados así como la protección de sus obras.

(b) Contratos de Producción/Licencia de Uso

Establece que los productores externos de contenido, obtendrán los permisos y autorizaciones respectivas por el uso de obras, música, interpretaciones, imágenes y materiales sujetos a Derechos de Autor y/o Derechos Conexos, que sean incluidos en la producción de sus programas.



II. CUMPLIMIENTOS EN LA CADENA DE VALOR

Es interés fundamental de MEDCOM es trasladar conocimiento y responsabilidad hacia la cadena de valor, razón por la cual diversas herramientas legales internas (léase modalidades de contratos) extienden esa obligación de entendimiento y cumplimiento a nuestros proveedores.

En términos de Derechos Humanos nuestros contratos establecen que el contratante, dependiendo del tipo de contrato, se deberá declarar ante la Caja de Seguro Social a su persona y al personal que se encuentre ejecutando los servicios objeto de los Contratos y a pagar completa y puntualmente las cotizaciones obrero-patronales a la Caja de Seguro Social presentando a MEDCOM, mensualmente, copia de la Planilla Pre-elaborada y del recibo de pago de dicha planilla, como prueba de que se encuentra al día en el pago de las cotizaciones.

También se busca extender a la cadena de valor de producción (productores externos de contenido, antes mencionados) el respeto al Acuerdo de Autorregulación de los Medios, también identificado ante la Autoridad de los Servicios Públicos (ASEP) como Resolución AN N°4201-RTV de 6 de enero de 2011.

(a) Contratos de Producción/Autorregulación

En este rubro, el productor debe hacer la declaración de entendimiento y conocimiento del contenido y disposiciones del citado Acuerdo de Autorregulación, firmado entre los medios y ASEP.



III. PROCESOS JUDICIALES

Dada la legislación vigente, son la Autoridad de los Servicios Públicos y la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, las instancias gubernamentales encargadas de la recepción de cualquier denuncia de ciudadanos, o posibles afectados, por el ejercicio empresarial.

Es así como en 2013 no se reportó ninguna incidencia, denuncia ciudadana o de clientes ante las autoridades mencionadas.



IV. CONVENIOS DE CONTENIDO SOCIAL

- **TELETÓN 20-30 2013:** compromiso como doble patrocinador a través de las pantallas Telemetro y RPC TV y un monto extraordinario de la Dirección Multimedia (para estaciones de radio). Adicionalmente se incluyó el acuerdo como productor de la transmisión de la Teletón 2013.
- **Convenio con INCAE:** para la difusión del trabajo de INCAE en todas sus líneas estratégicas; acuerdo por el cual, Medcom accede al beneficio de colaboradores a participar en programas abiertos, hasta por un año, convirtiéndose Medcom en Gran Benefactor de INCAE.
- **Convenio con United Way / Fondo Unido de Panamá:** Con vigencia hasta el 2015. En este convenio MEDCOM ofrece tiempo aire en su plataforma de medios, que serán utilizados por los benefactores que sostendrán el funcionamiento de 23 Centros de Alcance ubicados en sectores vulnerables de las provincias de Panamá, Darién, Colón y San Miguelito.
- **Convenio con Universidad Latina:** su objeto es promover la formación académica y el perfeccionamiento profesional de los colaboradores de MEDCOM a través de acceso a estudios superiores en esa universidad.
- **Convenio con Telejapai:** para la producción y transmisión de un Bingo Televisado que otorgaba premios y cuyos fondos recaudados serían destinados para niños con parálisis cerebral en la Fundación Mary Arias.
- **Contratos con Ecologic, S.A.:** El primero en concepto de arrendamiento de Recopilador de Pilas y Baterías comunes agotadas, como parte del proyecto "Ponte las Pilas con las Pilas". El segundo para la recolección y manejo integral de lámparas y bombillos fluorescentes de bajo consumo "Ponte Vivo con tus Bombillos". Los resultados de estos acuerdos están incluidos en la Esfera Ambiental de este informe.
- **Carta Compromiso Bienal del Sur:** Evento que contó con la participación de más de 250 exponentes de las artes plásticas de las principales ciudades iberoamericanas, que presentaron sus obras a todo lo largo de la Ciudad de Panamá, en donde MEDCOM brindó su apoyo para la realización del evento a través de la divulgación en sus pantallas de televisión y frecuencias de radio.
- **Movimiento Nueva Generación (MNG):** Apoyo y divulgación del Mundial del Barrio, proyecto social de MNG que tiene como principal objetivo incentivar el deporte en los niños y jóvenes en riesgo social. Se incluye apoyo legal en la confección de formularios para inscripción y cartas de autorización.



V. TRANSPARENCIA

Acciones Nominativas

Corporación Medcom Panamá S.A. es una empresa transparente, que cumple a cabalidad con las exigencias de las instituciones financieras internacionales, con el propósito de que toda transacción comercial sea realizada con ética y transparencia. Asimismo, todo su capital accionario se emite de manera nominativa, permitiendo que cada accionista pueda ser plenamente identificados.

Cumplimiento 100% en el pago de los Impuestos

La mejora e implementación de controles y procesos en cada una de las empresas de nuestro grupo es materia imperativa, ya que nos caracterizamos por mantenernos informados de toda norma vigente que nos permita ejecutar puntual y responsablemente el pago de todos impuestos al Estado panameño.

Auditoria Externa al 100% de las Empresas del Grupo:

Nuestro crecimiento empresarial, entre otros, tiene como pilar fundamental, la rectitud en sus sistemas y controles internos, por lo que todas las empresas de Corporación Medcom, S.A. pasan por la estricta revisión de auditores externos, quienes hacen una inspección objetiva y detallada de las operaciones financieras, transacciones y similares, ofreciendo su criterio independiente, que nos permite mejorar para beneficio de proveedores, clientes y entidades financieras.





Comunicación de Progreso, Cumplimiento del Pacto Global

Naciones Unidas 2013

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

medcom.