



# COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Cumplimiento del Pacto Global Naciones Unidas 2021

medcom.





# ÍNDICE

---

GOBERNANZA	4
NUESTRA GENTE	15
COMPROMISO SOCIAL	21
CONCIENCIA AMBIENTAL	38

## Declaración de Compromiso de la Empresa

Desde nuestro nacimiento como medios de comunicación, hemos contribuido al desarrollo de Panamá, aportando contenidos con valor y acompañándole en su camino hacia una sociedad más justa y equitativa.

En ese proceso también hemos crecido, entendiendo que como empresa multimédios tenemos presencia en una inmensa cantidad de hogares panameños, una responsabilidad con la que siempre hemos cumplido a cabalidad ofreciendo noticieros de calidad, espacios de entretenimiento familiar, de promoción de los valores de nuestra cultura y tradiciones, así como producciones que han reforzado el sentido de panameñidad y la solidaridad social en la población.

Tenemos claro que el compromiso con nuestros grupos de interés implica mayor esfuerzo que la mayoría de las actividades comerciales, dada la naturaleza de nuestra operación, que además de regirse por las normas de la libre empresa, debe velar por impactar de manera positiva en la vida de nuestra audiencia que nos permite un espacio en sus hogares a través de nuestros medios.

Por estas razones seguiremos trabajando en nuestro proceso interno de mejora continua y, a lo externo, en fortalecer nuestras plataformas de apoyo e inversión social, especialmente hacia la niñez y a la juventud que tanta atención demandan sobre todo en estos tiempos post pandemia en los que el país requiere del apoyo de todos para avanzar.

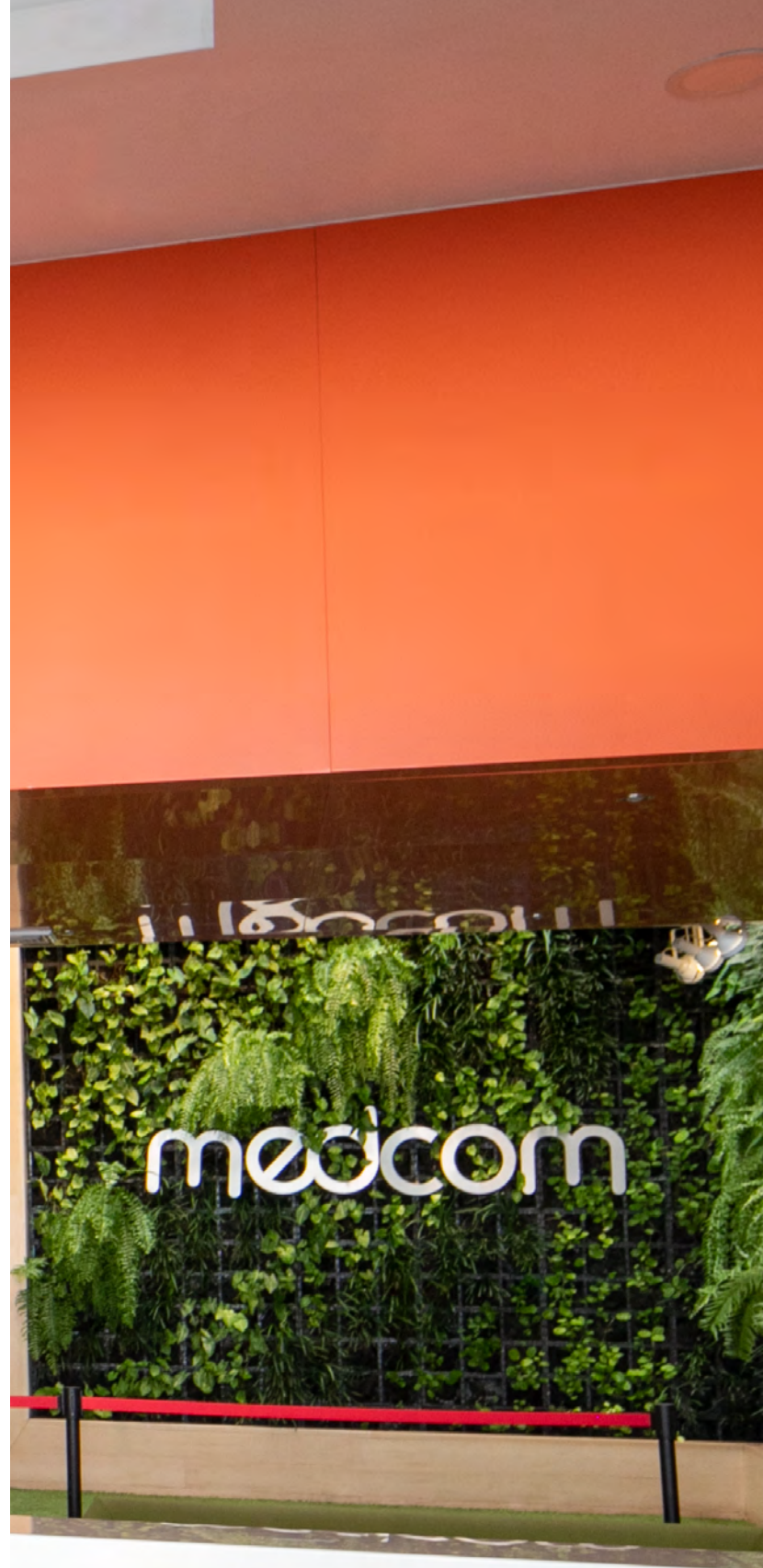
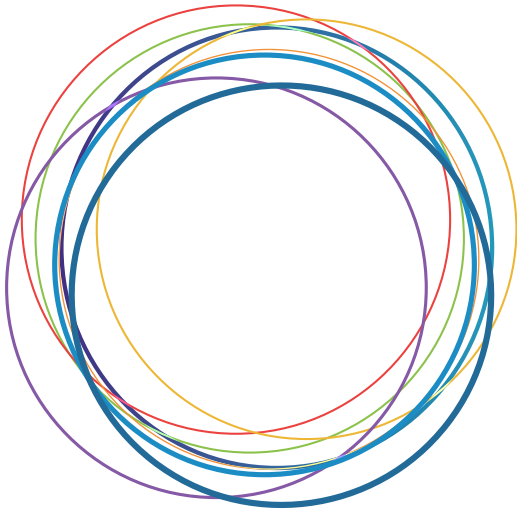
De esta manera, reiteramos que MEDCOM seguirá apegada a los principios establecidos en el Pacto Global de Naciones Unidas y que además mantiene el interés permanente por cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de manera transversal en toda su operación.

Nicolás González Revilla Paredes  
Vicepresidente General  
Corporación Medcom Panamá, S.A.

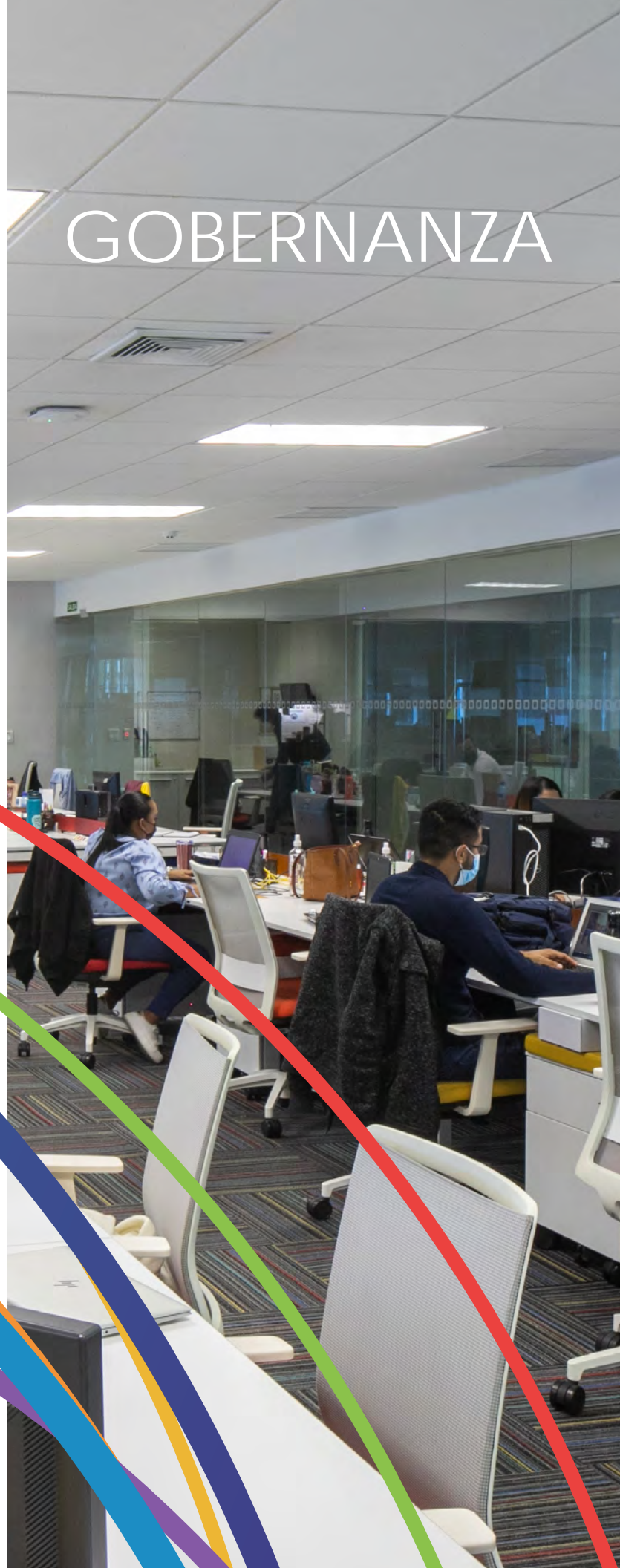
## Sobre el Informe

El presente informe recoge las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de MEDCOM constituyéndose en el décimo sexto ejercicio de transparencia y rendición de cuentas elaborado con el formato que ofrece el Pacto Global de Naciones Unidas, del cual formamos parte desde 2002.

A través de la Comunicación en Progreso (COP), damos a conocer la vida de la organización mediante el desarrollo de las acciones concretas y sus resultados vinculados a las esferas de acción propuestas por el Pacto Global: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción, dejando claro el interés de la empresa en avanzar de manera sustentable teniendo como norte los Objetivos de Desarrollo Sostenible y bajo una mirada alineada con los valores ASG.



# GOBERNANZA



# ESTRUCTURA OPERATIVA

## Sobre la Empresa

**M**edcom es una compañía multimédios que agrupa los medios de comunicación más importantes de Panamá, desarrollando tres canales de televisión abierta (Telemetro, RPC, OYE), tres estaciones de radio (Telemetro Radio, RPC Radio, Caliente), tres canales de televisión por cable (ECO, COS, COS FC) y una robusta estructura digital compuesta por 8 portales, más de 20 cuentas en redes sociales, la plataforma Medcom GO y canales de YouTube.

Con 481 colaboradores, es el mayor generador de contenidos del país, produciendo cerca de **10,000 horas** anuales de contenido local televisivo y **14,549 horas** de contenido anual para radio, mientras en el ámbito digital contamos con una de las 5 páginas más buscadas de Panamá (**2 millones de visitantes únicos** promedio al mes, **85 millones de vistas** y **58 millones de sesiones**), cuentas con más de **10 millones de seguidores** en conjunto y **114 millones de interacciones** mensuales promedio.

Con estos resultados e impacto, Medcom es un comprometido impulsador de la economía naranja y como muestra de su ejecutoria corporativa, es firmante del Pacto Global de las Naciones Unidas (2002), Mejor lugar para trabajar por 6 años consecutivos y Mejor lugar para trabajar para las mujeres (2021).

### Misión

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

### Visión

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

### Valores Corporativos

La organización y su personal desempeñan sus labores basadas en la práctica constante de sus valores: **respeto, integridad, pasión, creatividad, trabajo en equipo y compromiso social.**

### Compromiso con la Infancia

“Asumimos el compromiso activo con el desarrollo y el porvenir de los Niños, Niñas y Adolescentes, en fomentar la promoción y garantía de sus derechos.”



## Toma de Decisiones

**E**l proceso de toma de decisiones parte de la base de la transparencia y por ello las instancias ejecutivas se dividen en varios niveles estratégicos y operativos.

- **Reuniones de Junta Directiva:** Participan miembros de los grupos familiares que conforman la organización y que constituyen los principales tomadores de decisiones de la empresa.
- **Reunión de Comité de Dirección:** Integrado por el Gerente General de la empresa y sus Directores de Finanzas y Nuevos Negocios y Televisión Abierta. En equipo definen estrategias de cada una de las líneas de negocio, plataformas mediáticas, sus avances e iniciativas relevantes.
- **Reuniones de comités interdepartamentales para proyectos:** Se abordan temas específicos o aprobaciones extraordinarias que ocurren de manera coyuntural. No tienen una periodicidad específica, pues por su naturaleza pueden darse 3 o 4 veces al año y dejar de funcionar una vez alcanzada la meta de proyectos a largo plazo, que pueden incluso extenderse varios años.
- **Reuniones de niveles operativos:** De carácter semanal, estas juntas se desarrollan bajo la metodología de las 4 disciplinas de la Ejecución de Franklin Covey. Estas sesiones de Metas Crucialmente Importantes (MCI) tienen además la función de rendir cuentas de cada área y se desarrollan en varios niveles jerárquicos de la organización, incluyendo las de gerentes con sus equipos y gerentes con sus superiores.
- Adicionalmente se realizan las reuniones semanales de tráfico en las gerencias comerciales y producción y sesiones diarias en departamentos cuya labor así lo requiere, como Servicios Informativos.

## Cumplimiento Social, Legal y Fiscal

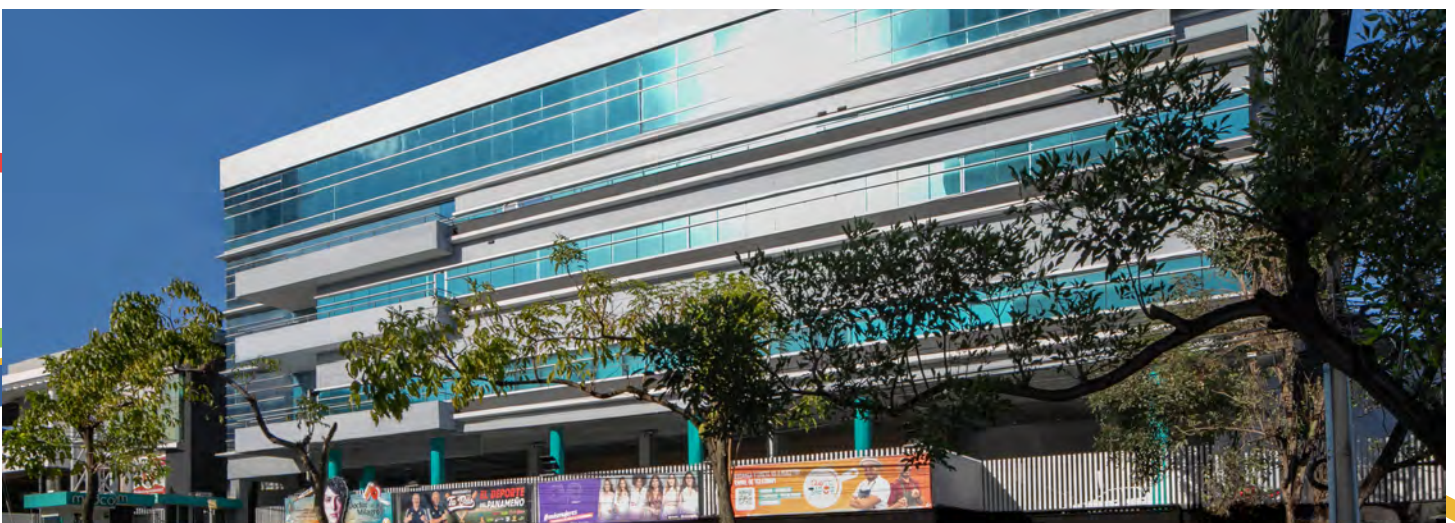
**D**urante el año 2021, período que abarca el presente informe, Medcom cumplió con todas las normativas que regulan sus servicios y concesiones públicas y no fue objeto de apertura de investigación o proceso sancionador por el ente regulador directo, la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos, así como tampoco por otras entidades.

De manera diligente y oportuna, la empresa brindó respuestas a los requerimientos de copias de contenido noticioso y de opinión, tanto a autoridades como a particulares.

Además, Medcom asegura la aplicación de las debidas diligencias en las transacciones bancarias, fiduciarias y de agentes regulados. Así mismo, hemos sido responsables en el manejo ético y profesional en las políticas de confidencialidad, manejo de información y políticas de clientes en contra del blanqueo de capitales y el manejo de la conducta ética de influenciadores y talentos de las plataformas.

Del mismo modo hemos cumplido de manera responsable en nuestra relación con proveedores, ya sean de servicios, productores o talentos, con los cuales mantenemos cláusulas de obligación para el acato de normas vinculadas a los derechos humanos y la protección de personas menores de edad en sus operaciones y generación de contenidos. Normas que aplican en la no difusión de mensajes discriminatorios a través de las redes sociales y medios digitales, el pago de impuestos al fisco y la aplicación de la seguridad social para sus colaboradores.

En materias del ejercicio del periodismo, seguimos los principios éticos que rigen la profesión, especialmente en la actual era digital en la que los medios debemos garantizar la veracidad y la precisión de los hechos, la independencia, la equidad y la imparcialidad y cumplir responsablemente con la sociedad.





# DERECHOS HUMANOS

**D**esde 2002, año en el que firmamos nuestra adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas, hemos aplicado en toda nuestra operación los principios que rigen la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Este principio lo cumplimos con nuestro público interno al incorporar en los contratos firmados por los talentos y colaboradores, quienes asumen el compromiso de no divulgar mensajes que atenten contra los derechos de las niñas, niños y adolescentes o cualquier otra acción que promueva la discriminación, el trabajo infantil o la explotación de personas o animales.



## Derecho a la Libertad de expresión, prensa e información

La comunicación masiva es el centro de nuestra operación, por ello velamos por el respeto al derecho a la libertad de expresión y opinión de cada individuo. Este derecho incluye el no ser molestado por razón de sus opiniones, el de investigar y difundir información sin limitante de fronteras usando cualquier medio de expresión.

En cumplimiento a este derecho nos aseguramos de que en nuestros medios radiales, televisivos y digitales se mantenga el diálogo y la generación de ideas con la participación ciudadana, el sector público y privado.



## Derecho al Trabajo y a la Libre Asociación

En MEDCOM nos hemos asegurado de que en toda nuestra operación se cumpla con las condiciones de trabajo digno, con equidad e igualdad de oportunidades. De esa misma manera velamos por hacer cumplir el derecho a la libre asociación de los colaboradores que integran el Sindicato de Trabajadores de Corporación Medcom Panamá (SITRACOMEPE) con quienes la empresa mantiene vigente una Convención Colectiva de Trabajo que se revisa y actualiza cada 4 años.



## Derechos de Imagen

MEDCOM ha mantenido el desglose de los derechos de imagen y de voz cedidos por actores, actrices y demás talentos participantes en las producciones de la empresa, así como la especificación de la duración de esa cesión en su contratación, a fin de garantizar el respeto al derecho a la imagen personal, consagrado en el Código de la Familia en Panamá y el respeto a la intimidad.



## Derecho de Autor

Acogiendo lo establecido en las leyes panameñas (Ley No. 64 de 2012, sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos) en esta materia MEDCOM reconoce las obras realizadas por encargo o como invenciones de empresa, tanto así de los contratos de trabajo definidos o indefinidos, como de los servicios profesionales. Así mismo se establece el reconocimiento de los derechos morales de los autores y del derecho patrimonial que le asiste a la empresa por las obras creadas mediante dicha relación laboral o contractual.



## Derechos de Propiedad Industrial

En los formatos de contratos que MEDCOM suscribe para uso de contenido, así como de licencia de uso, producción, coproducción, acuerdos para transmisión de programas, alquileres de espacio publicitario, entre otros, se incluye siempre el principio de respeto a los derechos de propiedad industrial, establecidos en la Ley No.35 de 1996, reformada por la Ley 61 de 2012. Entre estos, la autorización expresa y limitada de una parte a la otra, para la utilización de las marcas, nombres comerciales y otros derechos que a cada parte le asisten.

## Convenios y Acuerdos

**Acuerdo de autorización de ejecución pública de obras musicales en emisoras de Medcom.** En atención a Convenio suscrito entre la Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC) y la Asociación Panameña de Radiodifusión (APR).

**Contrato de Licencia para la Ejecución pública de fonogramas con la Sociedad Panameña de Productores Fonográficos (PRODUCE).**

**Memorándum de Entendimiento entre el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y MEDCOM:** Entendimiento para establecer una alianza de carácter social e informativo, con el fin de divulgar las campañas de UNICEF sobre prioridades para la niñez y adolescencia que vive Panamá, identificadas en el Programa país de UNICEF 2021-2025, que son cónsonas con los principios sociales y lineamientos editoriales de MEDCOM.

**Convenio de Cooperación entre Movimiento TODO PANAMÁ y MEDCOM:** para difusión de los objetivos de TODO PANAMÁ, movimiento ciudadano apolítico, cívico y gremial que busca articular, facilitar e implementar un plan integral multi-sectorial y multidimensional, en respuesta a las consecuencias generadas por la Pandemia Covid-19.

**Convenio de Cooperación entre la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá y MEDCOM:** Alianza de carácter social e informativa con la que se busca contribuir al éxito y conocimiento de la campaña “#RESPETAMIFUTURO” orientada a la sensibilización de todos los panameños sin distinción social, sobre los valores éticos y morales, centrados en el respeto al futuro de los niños del país.

**Convenio marco de colaboración entre la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y MEDCOM:** Este acuerdo se formalizó con el objetivo de normar y coordinar las actividades que sean necesarias para la realización de programas y proyectos de cooperación que respondan a las necesidades, intereses y prioridades detectadas, con carácter preferente por la OEI, en los ámbitos de la educación, la ciencia, la cultura y el desarrollo social en los países miembros de la Comunidad Iberoamericana en condiciones de calidad y equidad.

## ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

**D**esde nuestra adhesión al Pacto Global de la ONU iniciamos un camino que nos ha permitido dejar claro nuestro compromiso con programas enfocados en la niñez, basados en el “Compromiso con la Infancia” y alineados con la Declaración Universal de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas.

Basada en 5 pilares, hemos desarrollado una estrategia externa que implica: salud, educación, prevención de la violencia, medio ambiente y deporte que hemos llevado a cabo satisfactoriamente desde el año 2011.

De manera interna nos hemos enfocado en crear y ejecutar iniciativas que han permitido establecer una amplia plataforma de procesos formales y la realización de acciones e interacciones de manera ordenada y transparente, teniendo en cuenta cada uno de los derechos que establece las Declaración Universal de los Derechos Humanos.



## • SUMÁNDONOS

Plataforma de divulgación social creada con el fin de visibilizar el trabajo de ONG nacionales, legalmente establecidas y reconocidas por el Estado, así como apoyo a causas a algunos organismos internacionales vinculados a los temas sociales de interés para Medcom. Constituye el mayor programa de RSE de la empresa, al poner a disposición de diversas causas, todos sus medios - televisión abierta, cable, estaciones de radio y medios digitales- y su equipo humano, impactando a miles de personas que se benefician de los servicios y proyectos que ofrecen estas organizaciones sin fines de lucro.

Este beneficio se da a través de diferentes formatos como transmisión gratuita de campañas, piezas promocionales o spots, entrevistas, menciones, bumpers, coberturas periodísticas o transmisiones.

### INDICADORES SUMÁNDONOS 2021

Ong Atendidas	45
Spots	14,525
Monto Total por Spots	\$ 5,536,087.14
Entrevistas	100
Coberturas	22



Adicional al apoyo a la divulgación de las causas de ONG, dada la situación vigente producto de la pandemia por COVID 19, Medcom ha contribuido de manera comprometida y constante con la divulgación del Ministerio de Salud asignando tiempo aire de cortesía para sus campañas de docencia y prevención.

### CAMPAÑAS COVID 19 MINISTERIO DE SALUD

Spots	15,175
Monto Total por Spots	\$ 5,185,122.45

## • VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Creado en 2016, el voluntariado corporativo de MEDCOM trabaja directamente con organizaciones de beneficio social de todo el país. Como plataforma de autogestión que automatiza los procesos y promueve la rápida entrega de servicios a las organizaciones que así lo requieran. Sin embargo, el largo período de cuarentenas obligatorias de la pandemia por COVID 19, mermó la capacidad de reacción del equipo de voluntarios y acrecentó las cautelas por contactos directos y asistencia a eventos, ante lo cual disminuyeron las horas de voluntariado, aunque esto no significó un decrecimiento en los apoyos dados a ONG por otras vías.



## • CAJAS DE AMOR

Con motivo de la celebración de los 40 años de Telemetro, el principal canal televisivo de la empresa y el país, fieles a la tradición social de esta conmemoración, se realizó la colecta “Cajas de Amor” a beneficio del Instituto Oncológico Nacional -ION- (a través de su Asociación de Amigos y Voluntarios, ADAVION) y del Hospital del Niño -HDN- (por intermedio del Cuerpo de Damas Voluntarias).

Con el apoyo de voluntarios y personas de la comunidad, se recolectaron insumos destinados a brindar refrigerios a los pacientes y acompañantes del ION así como juegos didácticos para los niños y niñas hospitalizados en el HDN.

Los voluntarios corporativos participaron tanto en la donación de productos como en su clasificación, armado de cajas de amor y entrega. Además, contamos con el valor de la divulgación previa y posterior de esta actividad.

ROTACIONES DE LA PROMOCIÓN	VALOR COMERCIAL
147	\$ 318,304.00

ROTACIONES DE “AGENDA RSE MEDCOM”	VALOR COMERCIAL
11	\$ 26,298



## • AGENDA RSE MEDCOM

Es un espacio de divulgación de algunas de las acciones de RSE que desarrolla la empresa que buscan dar a conocer las alianzas, las temáticas abordadas por la estrategia de RSE y los futuros proyectos a desarrollar. En 2021 se incluyeron los acuerdos con UNICEF, OEI, Cámara de Comercio, Movimiento Todo Panamá, y el Proyecto Cajas de Amor.

ROTACIONES DE LA PROMOCIÓN	VALOR COMERCIAL
90	\$ 159,948.60

## • CARRERA DE PANGUEROS 2021

RPC Radio es nuestra emisora líder en producciones y transmisiones deportivas por más de 70 años en la que hemos volcado una serie de proyectos sociales especialmente enfocados en niños, niñas y adolescentes con gran éxito.

Por segundo año consecutivo desarrollamos esta carrera especial para los jóvenes de barrio, amantes del ciclismo y de las bicicletas modificadas, que en nuestro país se denominan “pangas”, para lo que se imparten Clínicas Deportivas, con temas de motivación personal, habilidades blandas, entre otros.



En 2021, tuvimos la visita del ciclista internacional “Tyler Locke” admirado por muchos de ellos, quien compartió cómo fue su inicio en esta estupenda disciplina deportiva, dejando claro que solo gracias a su perseverancia, disciplina y pasión por las ruedas, ha podido lograr todo lo que tiene hasta ahora.

Los competidores recibieron durante la carrera alimentación e hidratación en la clínica deportiva (atleta y acompañante), confección de Jersey Conmemorativo 2021 así como los premios de incentivo.

## • TORNEO DE AJEDREZ COPA RPC RADIO 2021

Por cuatro años consecutivos hemos venido desarrollando el Torneo de Ajedrez Copa RPC Radio y tanto en el 2020 como en el 2021, pese al Covid-19, logramos mantener viva la ilusión de los chicos por competir, por medio de una plataforma especializada en esta disciplina, la cual nos permitió llegar a más equipos, sobre todo los del interior que pudieron participar sin generar altos gastos de traslado, alimentación y hospedaje.

Una vez más RPC Radio demuestra su apoyo a las iniciativas enfocadas a mejorar la juventud del país a través de competencias sanas que estimulen su desarrollo intelectual, entendiendo que este tipo de actividades crean cultura y aportan lo mejor de sí a la sociedad.

**PARTICIPANTES: 100 NIÑOS.**

**(25 COLEGIOS CON 4 PARTICIPANTES CADA UNO)**



## • CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA FEMENINA

La violencia contra la mujer se agudiza cada vez más, por ello asumimos este proyecto junto a Fundamorgan consistente en la emisión de podcasts sobre esta temática durante **8 sábados continuos**, en horario de 8:00 a 9:00 am con campaña Web, campaña en Tv Abierta (Telemetro), campaña en Tv por cable y artes en Redes sociales.

La inversión de Fundamorgan fue de de \$7,392.00 y el valor recibido fue B/ 50,000.00. El resto fue una donación de comunicación, consciente de la importancia del tema en nuestra sociedad.



## • YOUTH SPEAK PANAMÁ

Es un movimiento de jóvenes líderes de Panamá para el mundo. Se encargan de impactar a jóvenes panameños dándoles herramientas para desarrollar su liderazgo, a través de diferentes campañas con sus voluntarios para impactar comunidades vulnerables.

Se realizó una colecta cuyo objetivo era conseguir la mayor cantidad de regalos para Navidad a los niños de la comunidad Victoriano Lorenzo, en la escuela República de Alemania. Como apoyo, MEDCOM brindó espacio físico a la entrada de su edificio durante 2 días continuos de 9:00 am a 5:00 pm para recibir todo tipo de donaciones: ropa, libros, alimentos secos y juguetes el **13 y 14 de diciembre 2021**.

Para promover la actividad se cedieron espacios de entrevistas en los programas: Cuéntamelo, El Reventón, El Brunch y Snack Music que fueron clave para despertar el interés. Cada niño recibió su regalo y un 35% de las donaciones totales fueron posibles gracias a la oportunidad que brindó Medcom.

## • ONE DOLLAR RACE

Este evento fue creado con el propósito de ayudar económicamente a 20 familias panameñas en estado vulnerable, logrando esto por medio de cursos online de interés juvenil a tan solo 1 dólar.

### APOYO

ENTREVISTAS 22 Y 23 DE JULIO 2021

## ALIANZAS QUE AGREGAN VALOR

- Contrato de Patrocinio a la **TELETÓN 20-30 2021** y Alianza con la **Fundación 2030** para transmisión de la Teletón 2021.

Como cada año, MEDCOM participa como Patrocinador Oficial de esta importante y sensible causa.

Es el evento benéfico más conocido a nivel nacional, y el que hemos transmitido desde hace 36 años, con más de 28 horas al aire cada año.

El aporte donado como patrocinador fue B/ 100,000.00 además del apoyo de mercadeo y la pauta de múltiples formatos promocionales incluyendo entrevistas, coberturas y promoción general del evento y la causa.



- Acuerdo para la realización del **BINGO SOLIDARIO 20-30**.

Pacto celebrado entre Club Activo 20-30, CIRSA, Sistemas Móviles y MEDCOM para la producción y realización de este evento, por segundo año consecutivo, en apoyo al Programa PANAMÁ SOLIDARIO.



- **Alianza de Telemetro, RPC y plataformas de Medcom generadas por el Departamento de Servicio de Valor Agregado.**

Por medio de nuestro Departamento de Servicios Agregados establecimos importantes alianzas que permitieron a nuestra audiencia de Telemetro y RPC, y demás plataformas Medcom, disfrutar de montajes teatrales y cinematográficos, eventos de promoción de la cultura, acciones filantrópicas y el desarrollo de programación educativa para el fortalecimiento de nuestros jóvenes.

### Algunos de estos eventos fueron:

- Panamá Jazz Festival.
- Festival de Cine Internacional IFF.
- Bingo Solidario.
- Teatro Pacific.

- **Patrocinio para la Obra Musical 1903 por Telemetro y RPC.**

Obra teatral que muestra de una manera moderna los hechos históricos que marcaron nuestro nacimiento como República. Para su desarrollo ofrecimos apoyo por parte de nuestro equipo de mercadeo:

- Artes para nuestras redes.
- Entrevistas en programas de producción nacional.
- Cuñas en nuestras emisoras.

- **Acuerdo con productoras panameñas película Plaza Catedral por Telemetro.**

A través de este acuerdo ofrecimos apoyo en mercadeo para la promoción de esta película de producción nacional que narra la vida de un adolescente en riesgo social.

- Elaboración de artes y entrevistas para nuestras redes.
- Entrevistas en programas de producción nacional y reportajes.
- Entrevistas en noticieros y entregas especiales.
- Cuñas y entrevistas en nuestras emisoras.

- **Alianza con Fundación Puertas Abiertas, para emisión de Talenpro 2021 en Telemetro y RPC.**

Esta iniciativa creada por la cantante y compositora panameña Erika Ender promueve los valores de la solidaridad y el respeto entre jóvenes estudiantes. Consistente en una competencia de estudiantes que cursan el nivel el nivel medio y que representan sus respectivos colegios que, con el apoyo de una brigada estudiantil, formada por compañeros estudiantes del plantel y la guía de un profesor tutor, desarrollan una labor social en pro de un colegio en situación vulnerable; además de otras actividades asociadas a la conciencia y mejoramiento individual y de la sociedad. En 2021 la gran final virtual se desarrolló el 24 de octubre.

### El apoyo que ofrecimos a través de nuestro equipo de mercadeo:

- Promo en pantalla.
- Quemado en pantalla.
- Entrevistas y menciones con arte en wall en los noticieros.
- Artes en nuestras redes.
- Entrevistas y menciones en Tu Mañana.
- Notas en Telemetro.com

- Alianza UNICEF para Día del Padre.

Orientada a destacar la paternidad responsable, a través de la imagen de dos importantes presentadores que son padres de familia.



**CELEBRA EL DÍA DEL PADRE**

**CHALLENGE #SUPERPAPÁ**

UNICEF TE INVITA  
A SUBIR UNA FOTO O VIDEO CON TU PAPÁ

DEBES USAR EL HASHTAG #SUPERPAPÁ Y ETIQUETAR A @UNICEFPANAMA Y @RSEMEDCOM.

No necesitas súper poderes para ser #SUPERPAPÁ

unicef para cada niño medcom RSE

- Alianza con Meduca para transmisión de contenidos educativos en RPC TV “Conéctate con la Estrella”.

Durante 2021 emitimos más de **1106 horas de televisión y 396 horas en radio** para apoyar los esfuerzos educativos que permitieran el acceso a clases a miles de estudiantes que no podían regresar a sus escuelas debido a la pandemia. Estos espacios con clases dictadas por profesores del Ministerio de Educación fueron transmitidas a través de RPC TV, OYE, y RPC RADIO, de lunes a viernes con las asignaturas de español, matemáticas, ciencias sociales, ciencias naturales, inglés y pre escolar. Para su promoción también desarrollamos pauta de artes con dicho contenido en nuestras redes sociales, así como el cruce de promo genérica al aire en la pantalla Telemetro.



- Alianza con Asociación Unidos para Apoyarte (AUPA) apalancados en el lanzamiento de la novela Dr. Milagro (concienciación sobre el autismo).

Con esta alianza se realizó aprovechando el lanzamiento de un extraordinario producto del horario estelar, la producción turca Dr. Milagro cuyo protagonista vivía con el síndrome de Savant, más conocido como síndrome del sabio. En la coyuntura del lanzamiento se realizó esta alianza para crear conciencia y lograr la aceptación generalizada de las personas con autismo. Es así como se hizo un ambicioso plan de divulgación que incluyó: entrevistas testimoniales en Tu Mañana, programas radiales y reportajes en informativos, exposición en radio, publicación de artículo relacionado en Telemetro.com.



**CELEBRA EL DÍA DEL PADRE**

**CHALLENGE #SUPERPAPÁ**

UNICEF TE INVITA  
A SUBIR UNA FOTO O VIDEO CON TU PAPÁ

DEBES USAR EL HASHTAG #SUPERPAPÁ Y ETIQUETAR A @UNICEFPANAMA Y @RSEMEDCOM.

No necesitas súper poderes para ser #SUPERPAPÁ

unicef para cada niño medcom RSE







# NUESTRA GENTE



**S**in duda alguna la situación global que nos ha planteado la pandemia por Covid 19 ha forzado a la toma de decisiones administrativas y reestructuraciones en nuestras operaciones. Aun así, hemos hecho el esfuerzo por mantener los estándares y una estrategia de cercanía y calidad humana con nuestro público interno.

## Somos Reconocidos

**D**urante años hemos sido reconocidos por organismos regionales e internacionales como empresa preocupada por establecer ambientes laborales de bienestar que permitan el crecimiento continuo de nuestra gente.

Es así como por quinto año consecutivo hemos recibido la distinción por parte del Great Place to Work, empresa global de investigación, asesoramiento y capacitación que ayuda a las organizaciones a identificar y crear excelentes lugares de trabajo, ubicándonos como la décima quinta (15) mejor empresa para trabajar en Panamá y la 37 a nivel de Centroamérica.



## Convención Colectiva

**L**a Convención Colectiva de Trabajo de MEDCOM es un documento legal celebrado entre el Sindicato de Trabajadores (Sitracomep) y la empresa. En sus 48 secciones explica los acuerdos entre la empresa y los trabajadores que incluyen aspectos como los derechos que tienen los colaboradores a un buen ambiente laboral y beneficios como: compensación, horarios de trabajo, viáticos, bonificaciones, becas, entre otros. La última versión fue aprobada en 2019 y tendrá una duración de 4 años, es decir hasta 2023.



## Manual de Conducta

**M**EDCOM estableció su Manual de Conducta como herramienta para encaminar las buenas relaciones entre sus colaboradores, estableciendo las bases de una relación basada en la ética laboral, el respeto y los lineamientos generales que se enmarcan para dar un resultado cónsono con los lineamientos establecidos en nuestra Visión y Misión. El documento se fundamenta en las normas que establecen el Código de Trabajo de la República de Panamá, la Convención Colectiva y el Manual Interno de Conducta de la empresa.



## Equidad de Género

**M**EDCOM ha venido desarrollando el tema de la equidad de género a través de los años apalancándose en lo que establece la Declaración Universal de los Derechos Humanos, procurando la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y eliminando cualquier posible discriminación por razón de sexo.

### Informe de la Relación de Equidad

Líderes	Colaboradores
52% Mujeres 48% Hombres	42% Mujeres 58% Hombres

## Capacitación

**L**a formación continua de nuestra fuerza laboral ha sido una constante en MEDCOM. Cada año se vela porque los colaboradores se actualicen ante los acelerados cambios en el mercado, a través de la adquisición de conocimientos para el buen desempeño de sus funciones y del operación de la empresa.

Para ello se han establecido programas para la formación de manera interna y por actores externos lo que asegura profesionales con altos estándares dentro de la industria.

Durante el 2021 se lograron los siguientes indicadores en esta área, aprovechando la coyuntura de la pandemia por Covid 19 para la aplicación de capacitaciones en formatos virtuales, no presenciales.

Horas de capacitación	Temas abordados
880 horas	Más de 300 temas desarrollados a través de cursos, seminarios y webinars
Beneficiarios	Inversión
280 colaboradores y disponibilidad de capacitación del 100% de la fuerza laboral a través de formación online.	\$ 118,112.26

## Temáticas de Formación

**D**entro de este periodo se desarrollaron capacitaciones especiales, que también buscan el mejoramiento de la calidad profesional del equipo de colaboradores.

**Programa de Formación Ejecutiva INCAE 2021:** Estrategia de Transformación Digital, Design Thinking, Gerencia de Liderazgo de Equipos, Gerencia de la Fuerza de Ventas, Inteligencia Artificial, Organizaciones Ágiles, Marketing Digital, Coaching Ejecutivo, Innovación para la Productividad y el Crecimiento de los Negocios.

Charla "Hablemos de vacunas contra la COVID-19"

**Programa de Liderazgo Mandos Medios:** Liderazgo para Transformar, Liderazgo para Empoderar.

**Programa CRECER:** Mi propósito en el Trabajo, Servicio al Cliente, Orientación a Resultados, Automotivación, Evolución de las redes sociales, Finanzas Personales y Fin de la Moratoria, Transformación Digital, Sinergia, Bienestar Personal.

**Talleres para equipos:** Motivación y trabajo en equipo, Integrando al equipo.

- Talleres para mejora del Clima: Taller Rol Estratégico del Líder MEDCOM GPTW.
- Taller de Actualización Laboral
- Programa de Desarrollo y Estrategia Franklin Covey
- Más de 20 webinars y recursos online cada semana.



## Prácticas Profesionales

**P**ara el 2021 Medcom contó con 43 practicantes. Como producto de la pandemia este número se vio afectado en comparación con años anteriores; en este período algunas prácticas se realizaron en modalidad virtual y otras en formato presencial bajo el requisito previo de contar con el esquema de vacunación completa.

### Así fue el desglose de practicantes:

Universitarios - 32
Voluntarios - 8
Escolares - 3

Vale destacar que para este periodo **el 6% de las vacantes de la empresa** fueron cubiertas por practicantes.

## Becas

**E**l derecho a la educación de calidad y el mejoramiento continuo de los colaboradores forma parte de la relación de Medcom con su público interno. Para ello ha desarrollado un programa de becas como parte de las inversiones en su capital humano, al igual que a los familiares de sus colaboradores, asegurando una educación equitativa y que genere igualdad de oportunidades.

### En 2021 fueron otorgadas 81 becas distribuidas así:

Escuelas Primarias 25 colaboradores	Escuelas Secundarias 15 colaboradores
Licenciaturas 15 colaboradores	Maestrías 4 colaboradores
Estudios completos de maestría 10 colaboradores	
Estudios completos de diplomados 11 colaboradores	
Inversión \$ 80,725.00	

## Actividades Deportivas

**A**nte la realidad presentada por la pandemia fueron suspendidas las ligas deportivas; en su lugar, para preservar la salud y bienestar de todos los colaboradores, se desarrollaron actividades virtuales como las que se detallan a continuación:

Pilates
Yoga facial
Torneo virtual FIFA 20 para colaboradores e hijos de colaboradores

## Ferias de Personal

**L**as ferias de personal fueron suspendidas como medidas de prevención ante la pandemia. En su lugar fueron desarrolladas durante el 2021, 5 actividades enfocadas en la obtención de productos con descuentos, que incluyeron:

Venta quincenal de legumbres y verduras, carnes, huevos, tortillas y chorizos
Ventas de productos de pollo
Venta especial de jamones navideños



## Celebraciones Especiales:

La generación y mantenimiento de un buen clima forma parte de las prioridades en MEDCOM, para ello, además de asegurar los derechos y bienestar de los equipos, se reconoce y celebra cada fecha y acontecimiento vinculado al desempeño de los colaboradores. Durante el 2021, aun en medio de las restricciones planteadas por la pandemia, fueron celebradas estas fechas, todas guardando las más estrictas medidas de bioseguridad:

Día de la Secretaria

Día del Padre

Día del Madre

Fiesta de Navidad de Colaboradores: pudo realizarse de forma presencial con la participación de +300 colaboradores con 100% de Aforo de Vacunados (esquema de vacunación completo) y con las medidas de bioseguridad aplicadas a este tipo de eventos.

Celebración Fiesta de Navidad para hijos de colaboradores: implicó el envío de una tarjeta virtual animada personalizada para cada niño, hijo de los colaboradores con su obsequio que sustituyó la tradicional fiesta presencial de cada año.



## Medidas por Covid-19:

**M**EDCOM mantuvo activo su **Comité de Salud** conformado por colaboradores, personal gerencial y asesores externos especializados para atender las medidas y el cumplimiento de los lineamientos sanitarios por COVID-19 el cual se reúne activamente y lleva registro de Actas.

Igualmente atendimos todas las visitas del personal del Ministerio de Salud, permitiendo acceso a nuestras instalaciones. Del mismo modo que fueron atendidas las observaciones con respecto al uso de mascarillas por parte de nuestros presentadores a las cuales dimos respuestas apeándonos de manera estricta a las medidas de distanciamiento y de bioseguridad.

Al mismo tiempo se desarrolló una **campaña interna de comunicación** para la difusión de medidas de prevención para evitar el contagio de coronavirus, que incluyó una bitácora y atención oportuna de casos reportados de colaboradores covid-19 positivos, junto a la **entrega de mascarillas a familiares** de colaboradores.



## Salud Organizacional

**E**l bienestar al colaborador también implica velar por su salud física, para ello se llevan a cabo **seguimientos médicos** que en 2021 incluyeron visitas semanales del médico general de manera presencial y bajo el esquema de telemedicina.

Para contribuir con el bienestar integral de los colaboradores y buscando aspectos enfocados en la salud mental, también se ofrecieron **clases de meditación** y apoyo de **asesoría psicológica** que resultaron de gran valor por las múltiples presiones vividas en este período.

En total, las consultas y atención de salud a nivel de medicina general en nuestro consultorio interno, alcanzaron a **197 colaboradores**.



## Accidentes Laborales

En 2021 fueron reportados 4 casos, atendidos oportunamente y sin consecuencias.

**4** EDUCACIÓN DE CALIDAD



**5** IGUALDAD DE GÉNERO



**8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



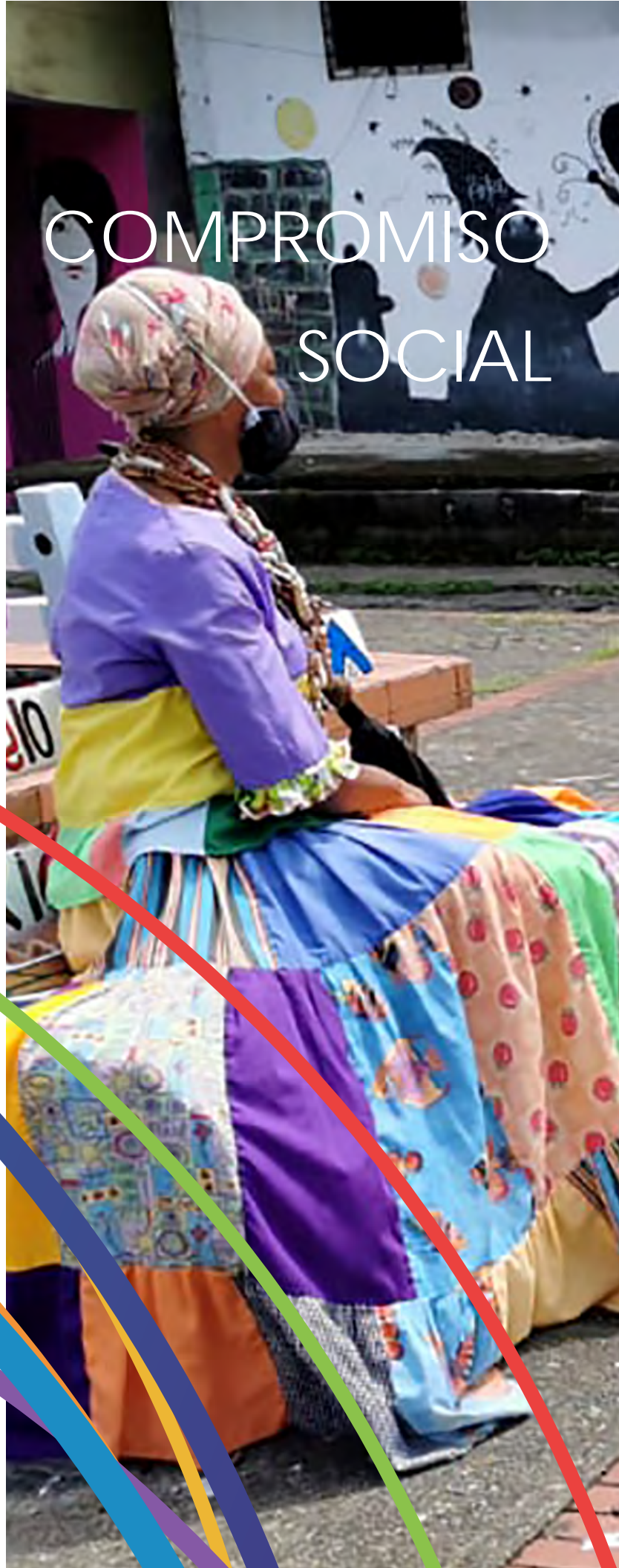
**10** REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



**17** ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



# COMPROMISO SOCIAL



## CONTENIDO CON IMPACTO POSITIVO

**C**omo medios de comunicación estamos conscientes del impacto social de nuestra operación, por ello todos nuestros contenidos se generan de manera responsable, por un lado en concordancia con la legislación panameña en este tema, incluida en el Acuerdo de Autorregulación de los Medios de Panamá (Resolución AN No 4201-RTV del 27 de enero de 2011) y por otro, alineados con nuestro sistema de valores corporativos que transversalmente aplica en todo momento el respeto de los derechos humanos y la promoción del bienestar colectivo.

## NOTICIAS, INFORMACIÓN, OPINIÓN

**T**omando en cuenta la realidad mediática de estos tiempos, los noticieros, programas de opinión y medios digitales, cumplen con principios fundamentales del periodismo responsable y consciente abordando la información con el balance, inmediatez y cercanía para ser referencia noticiosa en todo el país.

Cada versión tanto de televisión abierta, como de cable o radio, cumplen con estos preceptos y se convierten, no solo en un vehículo oportuno y atinado para estar informados, si no que retratan la realidad social de una forma empática y solidaria. Estos espacios se convierten en plataformas de divulgación de múltiples contenidos positivos como veremos a continuación:

## Telemetro Reporta

**A**través de Telemetro emitimos **22 emisiones semanales** del más importante espacio informativo de Panamá: Telemetro Reporta. Incluye 4 noticieros diarios de lunes a viernes, y 1 diario los sábados y domingos, lo que implica más de **1,500 horas anuales** de trabajo, en las que además de noticias del acontecer nacional e internacional se entregan contenidos con enfoques sociales, culturales y ambientales.



## Telemetro Reporta Verde

**E**ste segmento de carácter **semanal** está dirigido a todo público y lleva **9 años** destacando las historias de aquellas personas, fundaciones y organizaciones que causan impacto en el compromiso de proteger al medio ambiente y la preservación de nuestros recursos naturales.

Destacando en sus contenidos el compromiso social, el apoyo a fundaciones y la promoción de medidas eco-ambientales.

Horas Emitidas - 13



## Cambiando Vidas

**I**niciativa que busca cambiar las vidas de personas en Panamá en condiciones de vulnerabilidad, ofreciéndoles oportunidades para su empoderamiento y que los impulsen a salir adelante, con programas de resocialización y ayuda social como la construcción de viviendas y suministros que les permitan empoderarse y generar cambios de manera permanente en sus vidas.

Horas Emitidas - 65





## Reencuentros Familiares

### Amalia y su hijo

8 meses de investigación para lograr reunir a un hijo dado en adopción, con su madre biológica.

### Hermanos Jaramillo/Chilibre

7 meses de investigación para reunir a 3 hermanos separados durante 36 años.

### Hermanos Samaniego Cedeño

Dos hermanos separados durante 54 años. Se encontraron en provincias diferentes y lejanas (Darién y Los Santos). Requirió apoyo de helicóptero de SENAFRON para el reencuentro.



## Remodelaciones

### Dinorah Gamboa/Arraiján

Paciente de cáncer que requería amputación de una pierna. Recibió atención médica, remodelación de su habitación, aire acondicionado. Apoyo de SENAFRON, Junta Comunal y Alcaldía.

### Señora Amalia/Arraiján

Remodelación de su residencia. Es la misma persona del caso de reencuentro familiar.

## Construcción Casa Nueva

### Familia Cáceres / El Ciruelo de Pesé, Herrera

Se construyó casa de 2 habitaciones completamente equipada; recibieron: beca para la hija, proyecto de 70 gallinas para el sustento familiar, pago del agua por un año, alimentos por 6 meses. Apoyo de SENAFRON, Policía Nacional, Fundación San José de Pesé, Fundación Solo es cuestión de Fe, Fundación Colón Town, Ultracem y vecinos de la comunidad).

### Ethan Aldeano y familia / Arraiján

Madre soltera de tres hijos, uno con discapacidad, sin ingresos y viviendo en pobreza extrema. Un televidente donó una casa y se hicieron todas las adecuaciones para hacerla habitable, muebles, línea blanca, alimentos por un año, creación de pequeño negocio familiar en casa.

## Retos Cambiando Vidas (Atención a personas con adicciones y en situación de calle)

### Ciudad de Panamá

3 días de transmisiones en vivo recibiendo ropa y productos de aseo, cortes de cabello, baño. 46 personas aceptaron ingresar a centros de rehabilitación. Apoyo de Gobernación de la provincia de Panamá SENAFRON, Centros de rehabilitación privados.

### Ciudad de Colón

2 días de transmisiones en vivo desde la ciudad de Colón. 36 personas aceptaron la inserción en centros de rehabilitación.

## Mentes Brillantes

**C**on más de **tres años al aire**, este segmento destaca capacidades, habilidades, talentos, conocimientos, logros y triunfos de panameños en el país y en el exterior.

En este tiempo se ha resaltado la labor de **más de 200** científicos, doctores, artistas, estudiantes, emprendedores, personas con discapacidad, jóvenes y profesionales, todos caracterizados por su tesón, esfuerzo y positivismo para salir adelante y representar con orgullo a Panamá.

Horas Emitidas - 13



Esta iniciativa se realizó con el apoyo de voceros de las organizaciones no gubernamentales que utilizan nuestra plataforma de divulgación social Sumándonos y en los que se promueve la ayuda social en especial de niños, niñas y adolescentes en estado de vulnerabilidad, la garantía de los derechos humanos y el logro de una mejor sociedad y medio ambiente.

## Especial Todo Panamá

**R**eportaje sobre el Movimiento Todo Panamá y su lucha por frenar la pandemia del COVID 19.

Minutos Emitidos - 30

Alcance 284.209 personas promedio

## “Niñez: presente y futuro”

**E**special informativo que nos planteó la importancia de invertir en la niñez desde la voz y experiencia de reconocidas organizaciones enfocadas en lograr el bienestar de niños, niñas y adolescentes: Casa Esperanza, Movimiento Nueva Generación y las Damas Voluntarias del Hospital del Niño.

Minutos Emitidos - 15

Alcance 217.802 personas promedio

## “Los Hombres sí lloran”

**E**special informativo sobre la depresión, presentado por la periodista Flor Mizrahi se transmitió en horario estelar en Telemetro, con una retransmisión en RPC TV. El contenido ahondó sobre los problemas de depresión a los que se enfrentan los hombres y que se han agudizado por la pandemia del Covid. Dado que, por estereotipos sociales, los hombres suelen reprimir estos problemas, hablar de ellos o buscar ayuda, este contenido tenía el objetivo de promover una mayor apertura para prevenir las crecientes estadísticas de suicidios, agravadas por la pandemia.

Minutos Emitidos - 25

TELEMETRO

Alcance 281.702 personas promedio

RPC TV

Alcance 30,714 personas promedio

## Reportajes ODS

**N**otas periodísticas de contenidos positivos y enfocados a promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas, presentados en todos nuestros noticieros de Telemetro Reporta, ¿Y qué hay de Bueno? y otros espacios de TV abierta y plataformas digitales.

## ¿Y qué hay de bueno?

**Ú**nico noticiero en el país, dedicado a resaltar noticias positivas, personalidades enfocadas en labores de voluntariado, fomento cultural y preservación ambiental, buscando extender los contenidos alentadores y motivadores que generan cambios en la sociedad.

Emisiones - 161

Alcance: 838,895 personas promedio

## Debate Abierto

**E**spacio dominical de diálogo participativo con las opiniones y aportes de importantes actores de la realidad nacional, desde los ámbitos, público, privado, cívico, gremial y sociedad civil, en un intercambio de ideas que aporta soluciones y análisis. Conducido por Hugo Enrique Famanía y el sociólogo Danilo Toro.

Horas Emitidas - 94:33

Alcance: 947,058 personas promedio

## Cara a Cara

**E**ntrevista semanal a profundidad que explora tópicos relevantes del acontecer nacional, con la periodista Dorcas de la Rosa.

Horas Emitidas - 25:20

Alcance: 773,416 personas promedio



## Flor Mizrachi Pregunta

**L**a periodista Flor Mizrachi conduce un diálogo cuestionador e incisivo sobre temas de alto impacto.

Horas Emitidas - 24:16

Alcance: 732,686 personas promedio

## Cuarto Poder

**A**nálisis diarios con los temas más importantes del día y entrevistas con importantes personalidades. Conducido por Atenógenes Rodríguez, Flor Mizrachi y Guido Rodríguez, es una referencia diaria en información.

Horas Emitidas - 183:20

Alcance: 698,775 personas promedio



## ECO News

**N**oticiero semanal emitido por televisión cerrada ECOTV a las 8 p.m. durante 30 minutos en los que se ofrece información relevante en el plano nacional, con temas políticos, eco nomía y el acontecer internacional.

Emisiones - 260

## Radiografía

**P**rograma emitido por Ecotv todos los días de 7 a 9 de la mañana con entrevistas e informaciones de actualidad cuyo contenido está diseñado para la generación de opinión y debate entre los diversos sectores de la sociedad.

Emisiones - 260

## En Contexto

**P**ropuesta noticiosa en la que se analizan a través de entrevistas y comentarios los temas relevantes de cada fecha.

Emisiones - 260

## Perfiles 360

**E**ntrevistas a personalidades de cualquier sector de la vida nacional enmarcadas como historia de éxito en las que se muestran sus trayectorias, obstáculos, logros y proyecciones.

Emisiones - 26



## Habla Ahora

**P**rograma de comentarios sobre temas nacionales con la participación de la audiencia, que se transmite simultáneamente en RPC TV y Telemetro Radio.

Emisiones - 231

Alcance: 1, 090, 867 personas promedio

## VARIEDADES Y ENTRETENIMIENTO

### Tu Mañana

**P**rograma de entretenimiento familiar y líder de la franja matutina en Panamá, con 14 años al aire. Su contenido tiene un alto impacto social dado que incluye la generación de entrevistas, reportajes y otros formatos audiovisuales destinados a la promoción del bienestar individual y familiar con espacios dedicados a médicos, psicólogos, abogados, nutricionistas y especialistas en diversas ramas; con ello, los televidentes tienen la oportunidad de que sus dudas sean resueltas de manera directa y efectiva.

Además, el programa es una ventana para la divulgación de actividades sociales, culturales, el surgimiento de nuevos talentos, la promoción de emprendedores, el fomento de la adopción responsable de mascotas, fortalecimiento comunitario, el impulso turístico de sectores de gran atractivo, el cuidado y atención de la primera infancia, entre otras muchas ramas de información y entretenimiento que llenan sus 15 horas semanales.





Así mismo, es una poderosa plataforma de divulgación para la celebración de días y conmemoraciones importantes (Día de las Buenas Acciones, erradicación de trabajo infantil, etnia negra, lucha con el VIH y la violencia contra la mujer, Mes de la Cinta Rosada y Celeste, celebraciones del día del niño, de la juventud, del padre, de la madre, los maestros, etc.).

Especialmente ante la pandemia por COVID 19, el programa tuvo un importante rol al brindar información científica en un lenguaje llano y sencillo que pudiera ser comprendido por todas las audiencias, especialmente por el público más vulnerable y de nula o escasa formación.

Horas Emitidas - 776:50

Alcance: 1,605,779 personas promedio

## Fuego vs Fuego

**R**eality de cocina en el que famosos del patio y chefs panameños se enfrentan por conseguir el mejor plato

Horas Emitidas - 16

Alcance: 776,929 personas promedio



## Especial: Tu Canal al Día

**L**a Autoridad del Canal de Panamá nos muestra el gran valor de nuestra ruta marítima a nivel mundial.

Minutos Emitidos - 30

Alcance: 114,100 personas promedio



## Yo me llamo (Audiciones y 3ra Temporada)

**R**eality donde sus participantes imitan de la mejor forma posible a sus cantantes favoritos.

Horas Emitidas - 26

Alcance: 1,780.412 personas promedio



## Los 40 de Telemetro

**J**uegos diarios en el marco del aniversario del Telemetro con regalos a la audiencia que incluyó una gran final donde una familia ganó su casa. (20 emisiones).

Horas Emitidas - 4:30

Alcance: 829.259 personas promedio



## Documental 40 años de Telemetro

**E**ntrega sobre la creación y trayectoria de Telemetro a lo largo de sus 40 años.

Minutos Emitidos - 35

Alcance: 169.067 personas promedio

## Teletón 20-30

**T**ransmisión en vivo del evento de interés social más visto por los panameños

Duración - 28 horas continuas

TELEMETRO

Alcance 370,608 personas promedio

RPC TV

Alcance 195,796 personas promedio



## Bingo 20-30

**A**ctividad de recaudación de fondos organizada por el Club Activo 20-30, con fines sociales.

Horas Emitidas - 1

Alcance: 111,950 personas promedio

## Talenpro

**F**estival en el que se realzan y exponen talentos de estudiantes en la etapa escolar de nivel medio a nivel nacional, organizado por la Fundación Puertas Abiertas de la artista Erika Ender.

Horas Emitidas - 2

Alcance: 184,264 personas promedio



## Sabores de la Navidad / Muertos de hambre:

**4** entregas sobre los deliciosos sabores de la Navidad resaltando las características gastronómicas de distintas regiones del país.

Horas Emitidas - 3:30

Alcance: 272,32 personas promedio

## Francisco

**N**arrativa sobre la vida del Cardenal Jorge Mario Bergoglio hasta haber sido investido como Obispo de Roma y Sumo Pontífice de la iglesia católica, con el nombre de Francisco.

Horas Emitidas - 1:27

Alcance: 41,609 personas promedio

## Abre tu Corazón

**P**rograma de corte social en el que se exponen historias de panameños en situación de vulnerabilidad que salen adelante.

Emisiones - 6

Alcance: 154,641 personas promedio

## Iron Mamá

**E**n alineación con la campaña de la Cinta Rosada, COS, canal eminentemente deportivo, emitió durante el mes de octubre programas especiales sobre la lucha contra el cáncer con testimonios muy significativos de panameñas sobrevivientes.

Duración - 30 minutos

Rotación Prime Time





## Más que Cine

**P**rograma con toda la información del séptimo arte, además de coberturas internacionales, entrevistas exclusivas, segmento de tecnología, lanzamientos de productos y más.

Emisiones - 50

Alcance: 104,073 personas promedio



## Ángulos de Pantalla - COS y COS FC

**D**esde el mes de marzo de 2020 hasta septiembre de 2021 se mantuvieron al aire las moscas de identificación de nuestras 2 pantallas deportivas con un mensaje importante relacionado a la pandemia: "Toma Distancia".



## Premios Panamá en Positivo

**P**lataforma que difunde iniciativas positivas para el desarrollo de la sociedad.

Minutos Emitidos - 1:35

Alcance: 61,640 personas promedio

## Justicia TV

**C**onsejos y orientación sobre temas legales en la voz de profesionales del derecho.

Emisiones - 37

Alcance: 654,007 personas promedio



## Maneja tu Bolsillo

**E**spacio dirigido a la población con el objetivo de orientarle en el ordenamiento de sus finanzas de una forma amena y divertida.

Emisiones - 37

Alcance: 663,627 personas promedio

## Salud Primero

**P**rograma de contenido médico en el que se tratan los temas relevantes relacionados a la salud y bienestar integral.

Emisiones - 38

Alcance: 676,698 personas promedio

## Tecnología Alcance y Solución

**L**os últimos avances en la tecnología y cómo impactan en la vida diaria.

Emisiones - 38

Alcance: 510,505 personas promedio

## De Boca en Boca

**P**rograma de entretenimiento que presenta temas de farándula, eventos nacionales e internacionales, gastronomía, belleza, salud y muchos otros temas de interés general.

Emisiones - 70

Alcance: 777.645 personas promedio



## DOCUMENTALES

### Factor Humano

**N**arra las vivencias de los equipos médicos en Panamá ante la pandemia, desde la primera línea de combate.

Minutos Emitidos - 30

Alcance: 237.048 personas promedio

### Juan Bravo El Chiquitín de mama

**H**omenaje al desaparecido comediante panameño Juan Bravo.

Minutos Emitidos - 52

Alcance: 54,547 personas promedio

### Un pacto por Panamá

Minutos Emitidos - 15

Alcance: 12,173 personas promedio

## FAMILIAR

### Películas Familiares

**E**misión de filmes dirigidos al entretenimiento de toda la familia, durante los fines de semana.

Horas Emitidas - 650

Alcance: 1,622.777 personas promedio

## Conéctate con la Estrella

**E**schema de clases televisivas y radiales para proporcionar contenido educativo a la población escolar que no tenía acceso presencial a sus planteles, incluyendo clases de verano y del calendario académico regular. Detalles previamente reseñados en la página 14 de este informe.

Alcance: 1,090,671 personas promedio



## Radiotón Virtual

**E**vento radial de recaudación de fondos para organizaciones benéficas que impactan a sectores necesitados el país.

Minutos Emitidos - 47

Alcance: 33,608 personas promedio

## CÍVICO, HISTÓRICO, CULTURAL

### Himno Nacional

**S**e transmite cada día a las 5:00 am, cumpliendo con la normativa de medios de comunicación nacional. Este video es utilizado en planteles educativos cada lunes, para la ceremonia cívica.

Minutos Emitidos - 1456

## Desfiles Patrios

**C**omo parte de nuestro compromiso cívico transmitimos en vivo de los Desfiles Patrios el 3 y 4 de noviembre desde el Estadio Rommel Fernández.

Duración - 3 Horas

TELEMETRO

Alcance 302.67 personas promedio

Duración - 14.5 Horas

RPC TV

Alcance 234.151 personas promedio

## 9 de Enero

**P**roducción nacional que plasma de manera dramática los acontecimientos históricos del 9 de enero de 1964.

Horas Emitidas - 2

Alcance: 204,665 personas promedio

## Bicentenario, El Nacimiento de un País

**10** especiales emitidos en Telemetro Reporta Estelar y plataformas digitales en el marco de la celebración de los 200 años de independencia de Panamá de España. Su objetivo fue resaltar el orgullo por nuestra historia, promover las figuras y personajes olvidados a través del tiempo, sus roles y participación activa en esta etapa de nuestra historia.

Horas Emitidas - 1:30

Alcance: 120,357 personas promedio

## Especial Bicentenario, El Nacimiento de un País

**A** través de un programa especial emitido el 28 de noviembre para TV abierta, enfocado en la celebración de los 200 años de Panamá, se resumieron las 10 entregas presentadas cada semana para un gran contenido unificado.

Duración - 1.5 Horas

TELEMETRO

Alcance 120.741  
personas promedio

Duración - 2.31 Horas

RPC TV

Alcance 56,173  
personas promedio

ESPECIAL  
*Bicentenario*  
EL NACIMIENTO  
DE UN PAÍS

reporta

MAÑANA  
4:30 P.M.

medcomgo

6001-3513 | @TRreporta | Telemetro | Telemetro Reporta | telemetro.com

## Documental Panamá Al Brown

**R** eportaje histórico de la vida del boxeador panameño Panamá Al Brown.

Horas Emitidas - 1

Alcance: 46,156 personas promedio

## Parking Histórico

**S** erie de 8 programas que cuenta la historia de Panamá con un toque de humor, especialmente diseñado para despertar interés en las nuevas generaciones, por los hechos más relevantes del nacimiento de la nación.

Horas Emitidas - 5

Alcance: 786,471 personas promedio

## Grandes Panameños

**C** inco especiales biográficos de grandes personajes del país.

Horas Emitidas - 2.30

Alcance: 211,075 personas promedio

## Nacido para Triunfar

**E** special sobre la vida y trayectoria del gran boxeador nacional Roberto "Manos de Piedra" Durán.

Minutos Emitidos - 45

Alcance 300,759 personas promedio

## La Espía de Historias

**S**erie que presenta famosos momentos históricos panameños de una manera diferente, especialmente orientada al público infantil, junto a la escritora panameña Thatiana Pretelt.

Duración - 8 Horas

TELEMETRO

Alcance 289.686 personas promedio

Duración - 7 Horas

RPC TV

Alcance 179.766 personas promedio

## A lo Panameño - Gala Musical

Horas Emitidas - 1:30

Alcance: 243,997 personas promedio

## Detrás de las Mil Polleras

**T**ransmisión virtual en vivo del homenaje al Desfile de las Mil Polleras desde Las Tablas.

Horas Emitidas - 2

Alcance: 191,327 personas promedio

## A lo Panameño (Programa semanal)

**P**rograma que resalta el folklore y la cultura panameña. Su contenido está pensado para dar a conocer las celebraciones, tradiciones y estampas culturales que revisten la vida cotidiana de los pueblos del interior.

Del mismo modo, incluye la transmisión en vivo de eventos folklóricos reconocidos.

Horas Emitidas - 50

Alcance: 1,395.611 personas promedio

## Lo que hace Única a Panamá

**E**sta es una serie de 14 programas en la que se da a conocer elementos que resaltan nuestra panameñidad, cocina, turismo y tradiciones.

Horas Emitidas - 8

Alcance: 838,483 personas promedio

## Rutas de mi País

**P**rograma que expone los atributos turísticos, expresiones culturales del país, así como la gastronomía criolla y personales de relevancia para el acontecer cultural nacional.

Emisiones - 46

Alcance: 563,293 personas promedio

## A lo Panameño - Carnaval

Horas Emitidas - 1

Alcance: 275,793 personas promedio

## A lo Panameño - Especial

Horas Emitidas - 1

Alcance: 159,154 personas promedio

## Flow a Lo Panameño

**P**rograma en el que se combina el canto de la décima panameña con los géneros urbanos.

Horas Emitidas - 5

Alcance 399.744 personas promedio

## Concurso Nacional de la Pollera

**C**ompetencia cultural en la que se expone la belleza y laboriosa confección del traje nacional de Panamá, celebrado en la ciudad de Las Tablas, cada 22 de julio Día Nacional de la Pollera; fecha establecida por Ley de la República.

Horas Emitidas - 1

Alcance 47,609 personas promedio

## Proyecto Panamá

**P**rograma que muestra los paisajes más profundos de cada provincia, en las maravillas naturales que muchos panameños sueñan conocer.

Horas Emitidas - 9

Alcance 239,356 personas promedio

## Agro y Más

**E**s un programa de televisión especializado del sector agrícola de Panamá. Su objetivo principal es la difusión de los temas del sector agropecuario dentro de un contexto didáctico e informativo.

Horas Emitidas - 51

Alcance 291,122 personas promedio

## RELIGIOSO

### La Santa Misa

**C**ada domingo se transmite como un aporte para la feligresía panameña católica.

Horas Emitidas - 52

Alcance: 582.272 personas promedio

## Un minuto para Dios

**O**frece cortos mensajes positivos y de reflexión en el inicio de cada jornada de lunes a viernes.

Emisiones - 136

Alcance: 373.189 personas promedio

## Abrid las Puertas al Redentor

**U**n programa televisivo de la Arquidiócesis de Panamá, nacido de la Renovación Carismática.

Horas Emitidas - 52

Alcance: 90,811 personas promedio

## Un Mensaje al Corazón

**E**spacio de apostolado evangelizador de la Iglesia Católica que se transmite en RPC TV.

Horas Emitidas - 51

Alcance: 114,957 personas promedio

## Cantata Pascual

**P**or primera vez a nivel mundial, fue transmitida la Cantata Pascual del "Coro Gracias", como un regalo a la audiencia en medio de la fuerte crisis emocional y social que el pueblo latinoamericano y todo el mundo atraviesan a causa de la pandemia del Covid19. Con el apoyo de la Fraternidad Internacional de Jóvenes IYF Panamá.

Horas Emitidas - 1:30

## Películas Religiosas

**C**omo parte de la programación de la Semana Santa fueron transmitidas las películas de corte religioso: Juan Apóstol: El más amado, La Pasión de Cristo, Santiago Apóstol, Francisco el Padre Jorge y Tierra de María.

Horas Emitidas - 11

Alcance 442,501 personas promedio

## Como dice el Dicho

**P**rograma familiar dramático con mensajes y enseñanzas positivas.

Emissiones - 271

Alcance 1,480.028 personas promedio

## Mini serie / Los Milagros de Jesús

**S**erie basada en los textos de la Biblia programada durante la Semana Santa, como parte de la tradición de incluir contenidos religiosos durante este importante período para todos los cristianos.

Horas Emitidas - 16

Alcance 478,414 personas promedio

## La Rosa de Guadalupe

**D**ramas de la vida real con orientación para las familias, sobre temas de gran actualidad, enmarcados en la fe a la Virgen de Guadalupe.

Emissiones - 277

Alcance 1,747.673 personas promedio



## DEPORTES

### COS Awards

**Ú**nica premiación en Panamá que reconoce el esfuerzo de nuestros deportistas en distintas disciplinas con 16 categorías y más de 50 atletas nominados, por medio de una transmisión de la gala en vivo, que llena de orgullo, sentimiento y mucho patriotismo a los hogares panameños.

Emission - 1 hora y media

Retransmitido durante todo el mes de Diciembre.



## Fuera de Cancha

**S**egmento dentro del programa "Contragolpe" que muestra reportajes y entrevistas a leyendas y jugadores de fútbol de Panamá, donde nos relatan historias de sacrificios y mucha dedicación a este deporte. Duración aproximada de este contenido, entre 5-8 minutos cada uno.

Emisión - + de 40 entrevistas



## Liga 10

**Ú**nico canal que transmite partidos exclusivos de una de las ligas intercolegiales más reconocidas de Panamá, cubriendo categorías desde Sub 10 hasta Sub 16, más de 150 jóvenes participando en sana competencia, durante los meses de septiembre y octubre.

## A la Candela

**P**rograma de fútbol nacional e internacional dedicado al análisis de este llamativo deporte.

Emissiones - 205

Alcance: 910.815 personas promedio

## Olimpiadas Especiales

Emissiones - 151

Alcance: 1,155,401 personas promedio

## Todo por el Fútbol

Emissiones - 3

Alcance: 42.082 personas promedio

# CONCIENCIA AMBIENTAL





**P**romover los temas ambientales dentro de nuestros contenidos, a través de reportajes, notas periódica y entrevistas forma parte de nuestra gestión ambiental como medio de comunicación masivo, llamado a generar conciencia sobre los graves problemas que atraviesa el mundo y el país ante los inminentes eventos naturales producto del cambio climático y su impacto en la población, que se acentuaron con la llegada de la pandemia por Covid19.

En este sentido podemos decir que en Medcom llevamos ya más de una década trabajando internamente en mitigar el impacto ambiental de nuestra operación con el registro y control de nuestra huella ambiental, así como un programa de reciclaje con registro desde el 2015.

Desde entonces nuestra línea de acción en este tema se ha enfocado en crear conciencia dentro de nuestra fuerza laboral sobre el consumo responsable, los beneficios del descarte y el reciclaje y la aplicación de medidas para este fin que incluso hemos hecho extensivos a nuestros proveedores.

En ese proceso hemos generado alianzas con organizaciones de la sociedad civil dedicadas al manejo adecuado de los desechos, en especial los que como empresa televisiva mayormente generamos: pilas y baterías, material tecnológico y plásticos.

## RECICLAJE DE MATERIALES

**C**omo resultado de estos procesos, el apropiado descarte de materiales, principalmente de insumos escenográficos y artículos tecnológicos, se realiza con organizaciones especializadas en reciclaje. Para el periodo 2021, se incluyeron hierro, cobre y desechos tecnológicos, alcanzando un total de 4,006.307 kilos.

PROVEEDOR	MATERIAL	PESO / KG
Eco Services		1282.5
Recicla Panamá	Desecho Tecnológico	728
Recicladora Centroamericana	Hierro y Cobre	1995.807
		<b>Total: 4006.307</b>

## HÁBITOS SOSTENIBLES

**L**a empresa continúa con las acciones que permiten que los propios colaboradores se empoderen de estos temas y conozcan los impactos que producen con su consumo personal. La cafetería para el personal mantiene el área de reciclaje de materiales (vidrio, aluminio, papel) aunque por el teletrabajo del año 2021 no se reportan insumos colectados.

Además, siguen funcionando las fuentes de agua potable que permiten el llenado de termos y envases para consumo personal, logrando un ahorro acumulativo a la fecha de **238,438 y 60,723 botellas plásticas** en los 2 puntos localizados en áreas de alto tráfico de personal.

## CONSUMOS

**E**n cuanto a los principales consumos provenientes de recursos naturales, electricidad, agua potable y combustibles, presentamos la información comparativa de los años 2020 y 2021. Entendiendo los impactos en el rubro combustible, la empresa iniciará un proyecto progresivo para alcanzar cambios en la flota corporativa hacia vehículos no contaminantes que podrán incluirse en el próximo informe.

TIPO DE CONSUMO	2020	2021
Litros de Combustible	258,875	331,074
KW Electricidad	7,290,900	7,295,594
\$ de Agua	13,162	9,724



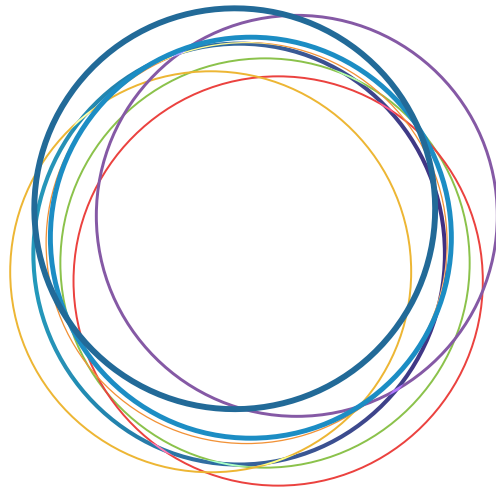




medcom®

Comunicación de Progreso, Cumplimiento del Pacto Global  
Naciones Unidas 2021

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



medcom®