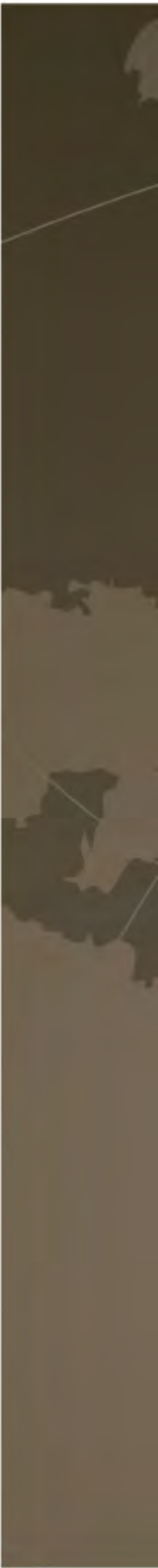


# COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Cumplimiento del Pacto Global  
Naciones Unidas | 2007-2008



grupo medcom



## Misión

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

## Visión

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

## Valores

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



# [ CONOCIENDO AL GRUPO MEDCOM ]

El Grupo Medcom se creó en el año 2004 con la unión de dos grandes empresas: Corporación Medcom y Cable Onda, llegando a ser el más completo grupo de medios y telecomunicaciones de Panamá.



CORPORACION  
MEDCOM

Compuesta por una **variedad de medios** masivos de comunicación que se enfocan en **diferentes públicos objetivos** y permite impactar a distintos sectores de la **sociedad panameña**.

## Canales de Televisión Abierta



Telemetro: Inicia sus transmisiones en el año 1981 y es el canal líder del grupo, con una programación variada que abarca noticias, programas nacionales de información, entretenimiento, novelas, series y películas.



RPC TV: Es el canal pionero de la industria en Panamá, su programación concentra los más importantes eventos deportivos, servicios informativos y programación internacional.



Tele 7: Brinda contenido para niños y jóvenes, pero además incluye programación familiar con la mejor calidad.



## Canales de Televisión por Cable



Mall TV: Canal de compras y ofertas en el que se proyectan productos y servicios. Su programación se enriquece con entretenidos programas de producción nacional.



Travel Panama: Canal que transmite los principales atractivos turísticos de Panamá, ventajas comerciales y entretenimiento.



Cable Onda Sport: Sus contenidos presentan los eventos deportivos que atraen a los panameños programando una variedad de disciplinas nacionales e internacionales.



ECO TV: Señal informativa que retransmite los espacios de información y opinión de RPC TV y Telemetro; servicios noticiosos y programación de actualidad, tanto local como foránea.

## Estaciones de Radio



RPC Radio: Emisora radial líder en información y deportes. Cuenta con una cobertura nacional en AM y FM; sus espacios noticiosos y transmisiones deportivas se han convertido en la referencia informativa de Panamá.



Caliente 97.1: Es una estación radial juvenil de entretenimiento de alcance metropolitano.



Importante compañía de **Telecomunicaciones** que sirve a los **mercados** de la Ciudad de Panamá, Colón, Panamá Oeste, Chitré, Santiago y David.

Cable Onda ofrece tres servicios de tecnología y comunicaciones: Internet, telefonía y televisión pagada. Este tipo de negocio asociado con el desarrollo humano y el acceso a la información brinda extraordinarias oportunidades sociales que la empresa resume en su slogan: “conectados contigo”.



# [ DECLARACIÓN DE APOYO AL PACTO GLOBAL ]

La responsabilidad que nos compete como empresas cobra una importancia aún mayor por estar inmersos en industrias de importante penetración e impacto en la sociedad.

A nivel de telecomunicaciones, conectamos a las personas de formas indispensables contribuyendo también con la disminución de la brecha digital. Como medios de comunicación masiva, cumplimos el inexorable compromiso de servir a través de la información y el entretenimiento.

Este nuevo informe de progreso nos permite poner en perspectiva nuestra responsabilidad empresarial con una serie de acciones diversas orientadas a dar cumplimiento a cada uno de los principios del Pacto Global. La incorporación de indicadores comparativos también nos acerca al objetivo de medir los impactos, asegurar el crecimiento de los proyectos y determinar sus posibilidades futuras.

Cada vez más empresas en todo el mundo se suman a la iniciativa del Pacto Global y entienden, como lo hacemos nosotros, que el modelaje gerencial así como la divulgación de las acciones se convierten en las principales herramientas para diseminar una práctica integral que mejora el rendimiento de las empresas, genera mejores relaciones con sus grupos de interés y cumple con la Sociedad de forma sostenida.

El camino del cumplimiento del Pacto Global es inagotable y de allí nuestro formal compromiso de continuar su perfeccionamiento, entendiendo que debemos crecer en todas las aplicaciones, mejorar los procedimientos actuales y promover la entrada de nuevos actores, propagando así la responsabilidad social por medio de la práctica y el modelaje.

Nicolás González Revilla Paredes  
Director General







Esfera de  
**DERECHOS HUMANOS**





# [ PROYECTOS ORIENTADOS A LA SOCIEDAD ]

Son proyectos que buscan divulgar distintas facetas y dimensiones de los derechos humanos. Incluyen proyectos propios y aquellos que se realizan en alianza con otros agentes sociales (ONG's, gobierno, etc.).



## 1. DIVULGACIÓN DE MENSAJES

### SUMÁNDONOS

Es uno de los programas de Responsabilidad Social Corporativa que permite divulgar mensajes, a través de la plataforma multimedios de Grupo Medcom, sean estos de interés social, cultural, deportivo, cívico y de temas que apoyen el desarrollo de los ciudadanos y la Sociedad.

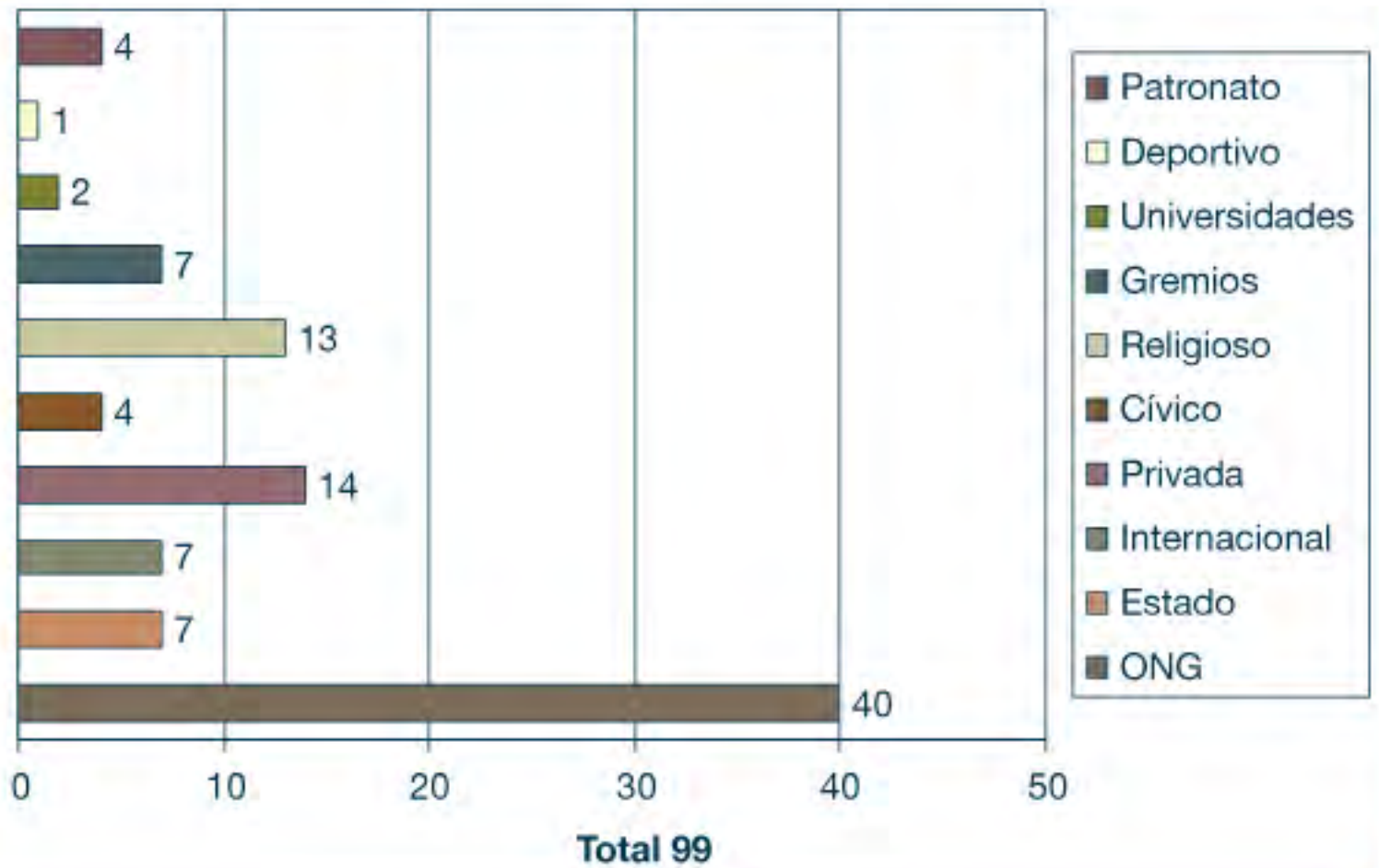
**Sumándonos** apoya numerosas y variadas causas y organizaciones utilizando la plataforma radial y televisiva de Grupo Medcom, formada por canales de televisión abierta (Telemetro, RPC TV, Tele 7), estaciones de radio (RPC Radio, Caliente 97.1), canales locales de televisión por cable (Eco TV y Mall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

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

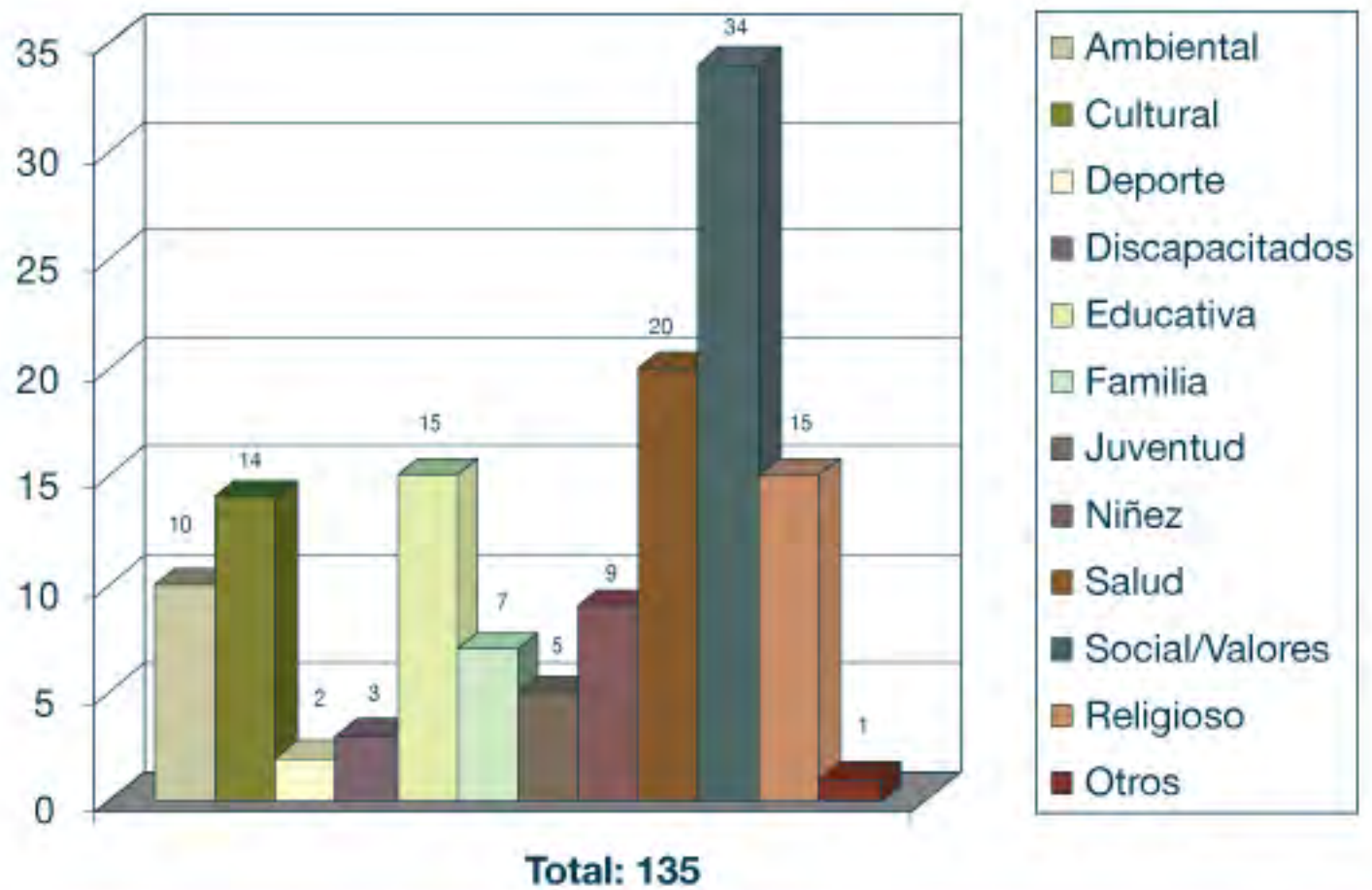
Como indicador se analizan, tanto el tipo de organización que solicita el servicio de cortesía como la cantidad de solicitudes tramitadas anualmente. Dicha información se aprecia a continuación:



### “Cantidad de Organizaciones”



### “Cantidad de Campañas”



## 2. PROYECTOS SOCIALES

### 2.A | Arropa la Esperanza

Un total de **9 mil 284 sábanas** recolectó por tercer año consecutivo, la Campaña Arropa La Esperanza, actividad realizada en Agosto 2008 y organizada por RPC Radio y la Asociación de Voluntarios del Hospital Santo Tomás, a beneficio de ese centro hospitalario.



La colecta se intensificó en los diversos Centros de Acopio y hasta en las calles, donde los voluntarios de Grupo Medcom tuvieron especial participación.

La campaña previa mostró la situación de este hospital, la vulnerabilidad de los pacientes que atienden, las carencias presupuestarias y la urgente necesidad de sábanas. Uno de los principales efectos de la campaña es que las necesidades del Hospital se evidencian anualmente y recibe donaciones y aportes de otros grupos. La edición del año 2006 recogió un total de **8,982 sábanas** mientras la del 2007, alcanzó la cifra de **11,549 sábanas** y **B/9,601.00** en donaciones en efectivo. Además, la Asociación de Voluntarios de Hospital ha logrado posicionarse como una ONG reconocida, recibiendo apoyo de otras instituciones y empresas, a lo largo del año.



## 2.B | Biblioteca Mérida Villarreal (Comunidad de Brooklyncito)

Continuando con el programa de Responsabilidad Social Corporativa, desarrollado en la comunidad de Brooklyncito (Ciudad de Panamá), la Dirección de Asuntos Corporativos de **Grupo Medcom** y sus voluntarios **Sumándonos** (colaboradores de la empresa) realizaron trabajos de remodelación en las instalaciones de la Biblioteca Mérida Villarreal.

Aquí se lleva a cabo un plan de estudio dirigido y asistencia educativa en matemáticas, lectura, comprensión y redacción con unos **20 niños** que son atendidos diariamente por una educadora, egresada del **Proyecto Mujeres que Valen Más**, proyecto social también realizado por la **Corporación Medcom**, en el periodo 2005-2006.

En las vacaciones de verano, los niños reciben clases de nivelación en la biblioteca.

Desde que inició el programa, no se han registrado fracasos escolares ni índices de deserción escolar ni repetición en los infantes atendidos. Todos los estudiantes de sexto grado se graduaron y pasaron al siguiente nivel de educación.



Los voluntarios de Grupo Medcom trabajaron arduamente.



Aún se mantiene el proceso de **legalización de las tierras** de la comunidad como primera fase de los proyectos que, a futuro, buscan la creación de infraestructuras para manejo de aguas servidas, sistema de agua potable, control de niveles de contaminación y ruido, entre otras. Este aspecto de legalización alcanza casi el **medio millón de balboas** y para ello, se agotaron procedimientos administrativos relacionados con el avalúo de los lotes, identificación y contacto con los propietarios, oferta de compra y trámites administrativos que se esperaba concluyeran en el año 2008. Sin embargo, el proceso se ha dilatado para el 2009.



Se realizaron reparaciones en el techo, paredes y piso, además del equipamiento con materiales, libros, útiles y mobiliario.

## 2.C | Apoyo al Ministerio de Desarrollo Social (MIDES)

El Ministerio de Desarrollo Social realiza diversas actividades dirigidas a familias, mujeres, niños, adolescentes y adultos mayores. En varias de esas iniciativas participamos apoyando en organización, divulgación, aporte de insumos y entregando donaciones diversas.

Entre esas actividades podemos mencionar: apoyo a iniciativas del Día Mundial de la Juventud, ayuda a programas de resocialización de la cárcel de la provincia de Colón, divulgación de acciones que buscan la pacificación de bandas juveniles, campaña contra la violencia doméstica



## 2.D | Foro de Responsabilidad Social

Grupo Medcom fue patrocinador de un evento internacional realizado el 26 de agosto 2008, en un hotel de la localidad panameña.



El evento se denominó **III Foro de Responsabilidad Social Corporativa**, y Grupo Medcom tuvo un stand donde promocionó su plataforma de apoyo social, Sumándonos. Este foro fue organizado por la **Red Pacto Global Panamá** y estuvo centrado este año en **“La Responsabilidad Social Corporativa: Cómo se Mide y Cómo se Comunica”**.

## 2.E | Prevención en Carnaval

Aprovechando la coyuntura de la transmisión en toda Latinoamérica de la serie **“Amas de Casa Desesperadas”**, se realizó una **campana de prevención** durante la temporada de carnaval, ya que en esta época del año aumenta la cantidad de accidentes de tránsito producto de movilizaciones masivas de automovilistas. Las piezas televisivas fueron protagonizadas por las artistas Ana María Orozco, Ruddy Rodríguez y el elenco de **“Amas de Casa Desesperadas”**, promoviendo el uso del cinturón de seguridad e ilustrando sobre medidas de prevención de accidentes.

## 2.F | Xtra Solidario

**Código 4** es un programa televisivo de carácter social e informativo que por cinco años consecutivos ha mantenido su aporte a la sociedad a través de una alianza con los Supermercados Xtra. Es así como surgió **“XTRA SOLIDARIO”**, un segmento de entregas semanales, en que los presentadores visitan familias de extrema pobreza y se les apoya con un donativo de alimentos, enseres y muebles de primera necesidad. Con esto se les ofrece un significativo aporte a esas familias.

Anualmente se distribuyen 52 Xtrasolidarios anuales, que alcanzan un total de **\$5,200.00** en donativos.



## 2.G | Respuestas Comunitarias

La utilización de los medios de comunicación como vehículo para la solución de conflictos es muy común. En el caso de **Corporación Medcom** se presentan programas y segmentos especialmente diseñados para dar respuesta comunitaria.

Entre esos tenemos: el segmento “**Cabina de Denuncias**” del programa televisivo **Código 4**, el programa radial diario “**En Contacto con la Comunidad**”, entrevistas diarias en el Noticiero Matutino de **Telemetro Reporta y RPC Radio** y el segmento **Desahógate** del programa **Tu Mañana**, entre otros.

## 2.H | Giras Médicas

El programa **Código 4** organiza, en alianza con el Ministerio de Salud, un cronograma de Giras Médicas, en las que se visitan comunidades populares ofreciendo diversos servicios de salud.

Entre esos servicios se ofrece: toma de talla y peso a niños, actualización del sistema de vacunas, entrega de información sobre dengue, proliferación de vectores, servicios de apoyo policial, vacunación de mascotas, tomas de papanicolau, entre otros.

# [ NIÑOS Y EDUCACIÓN ]

## 1 | Tremenda Nota • Librotón 20-30

Desde hace 12 años, RPC Televisión desarrolla una gran colecta nacional de útiles escolares, libros y uniformes.

Para el 2008, el Club Activo 20-30, que organiza la actividad Librotón 20-30, se unió a la Campaña Tremenda Nota para recolectar una mayor cantidad de libros nuevos y usados en buen estado que fueron enviados a comunidades de escasos recursos, alejadas de la ciudad capital.





Se recibieron 23,604 libros nuevos de texto; 8.056 cuadernos, 76,816 útiles diversos (lápices, bolígrafos, borradores, juegos de geometría, etc.), 362 calzados escolares.

Estas donaciones fueron distribuidas en 84 escuelas y centros dedicados a la educación (entre ellos Escuelas Primarias y Secundarias, Juntas Comunales, Asociaciones, Fundaciones, el Centro Femenino de Rehabilitación y Bibliotecas), beneficiando a más de 8,000 estudiantes a nivel nacional.



## 2 | Los Niños Primero

En 1996, Noticias RPC creó el proyecto “Los Niños Primero” con el propósito de elevar la conciencia nacional sobre la gravedad de la desnutrición que se ensaña principalmente con los niños de sectores altamente vulnerables. Gracias a la colecta ya funcionan 12 centros en todo el país que permiten una mejor calidad de vida, alimentación, capacitación y desarrollo a miles de familias de escasos recursos.



La colecta se fue a las calles y contó con el apoyo de los voluntarios de Grupo Medcom. En los diversos Centros de Acopio se realizaron transmisiones en vivo para animar al público a participar de la actividad.

A través de “Los Niños Primero” se construye, cada año, un nuevo Centro o Subcentro nutricional. En esta ocasión, se levantó el Centro Nutricional de Zuiche, comunidad indígena ubicada en la remota y empobrecida Comarca Ngöbe Buglé, en plena cordillera central de Panamá.



En el 2007 se logró recaudar la suma de B/.286,202.03 en comparación con el 2008 que se recaudaron B/.242,615.23 entre efectivo y especies.



El cierre de la campaña se realizó en un Centro Comercial de la localidad, donde se presentaron artistas y los patrocinadores dieron su aporte económico.

Vale la pena resaltar la alianza lograda entre Noticias RPC (organizador y creador de la colecta y la campaña), la ONG beneficiada (Nutre Hogar) y los patrocinadores fundadores (Petróleos Delta y Super 99). A ellos se les triangula una propuesta publicitaria de varios miles de dólares cuyo equivalente en dinero es entregado a la ONG para la construcción o equipamiento de Centros y Subcentros nutricionales.

### 3 | Discovery en la Escuela

En alianza con uno de sus proveedores internacionales de contenido, Cable Onda continuó por segundo año consecutivo con el Programa “Discovery en la Escuela”, proyecto educativo diseñado por Discovery Networks Latin America/US Hispanic que nació como una iniciativa para hacer llegar a la niñez y a la juventud latinoamericana, información cultural, científica y tecnológica.





En esta segunda etapa se incorporaron escuelas del interior del país que reciben importantes beneficios:

- Creación de una videoteca a través del otorgamiento de derechos para grabación, archivo y uso de los programas de la franja educativa "Discovery en la Escuela".
- Uso ilimitado del material dentro de la escuela hasta por un año.
- Capacitación internacional a los docentes de los colegios seleccionados, por parte de personal de Discovery en la Escuela.
- Donación, por parte de Cable Onda, del servicio de Cable TV e Internet, así como las herramientas audiovisuales para la ejecución del proyecto (televisor a colores y equipo DVD reproductor para cada escuela).



Facilitadora internacional de Discovery capacitó a docentes.

Servicios de TV por Cable e Internet fueron instalados en las escuelas participantes.

La programación de Discovery en la Escuela, cuenta con más de 70 títulos con formato didáctico y lo utilizan **10 colegios de la capital** y **8 del interior de la República**.

**Mil cien (1,100) estudiantes** serán beneficiados con este proyecto y **ochenta (80) docentes** recibieron capacitación sobre el uso de herramientas tecnológicas como apoyo en el aula de clases y tendencias educativas internacionales de enseñanza a distancia y supervisada por el Ministerio de Educación.

La trilogía de accionar empresa privada - socio proveedor - Estado, se cumple en este proyecto que cuenta con el aval del Ministerio de Educación que facilitó todos los elementos para el desarrollo de cada una de sus fases.



#### 4 | Adopta tu Escuela

Por tercer año consecutivo, Cable Onda apoyó el proyecto “Adopta tu Escuela” organizado por el Club Rotario de Panamá. Este es un proyecto en el que colaboradores de Cable Onda realizan actividades didácticas dirigidas a estudiantes de los últimos años de educación secundaria.

El trabajo continuó en el Instituto Profesional y Técnico Ángel Rubio y se vieron beneficiados 75 jóvenes de ese plantel.



#### 5 | Actividades y Campañas por la Infancia

Nuestros canales de televisión y estaciones de radio desarrollan diversas campañas y actividades, a lo largo del año, dirigidas a los niños y niñas. En ese sentido podemos mencionar:

- Las cápsulas de verano de Tele 7 protagonizadas por Eddie, la mascota del canal infantil. El contenido estuvo dirigido a protección solar, precauciones al momento de visitar playas y ríos, consejos para practicar deportes como béisbol y fútbol.
- El Radio Maratón Fanlyc (Fundación de Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer) fue apoyado operativa y logísticamente por Cable Onda que suministró las líneas telefónicas y buscador de Internet para su evento anual dedicado a la Campaña Nacional de detección precoz de la leucemia y el cáncer infantil.
- “Campaña pro Fundación Operación Sonrisa” dirigida a divulgar las consultas y reclutamiento de casos potenciales (niños y adultos) para ser operados de diversos padecimientos, especialmente el conocido como labio leporino. La campaña incluyó cápsulas sobre los objetivos de la Fundación y un programa especial de media hora de duración, transmitido en ECO TV.
- “Páginas de la vida” es una novela brasilera cuyo contenido pone en el tapete importantes temas sociales. Telemetro se hizo eco de ellos y lanzó piezas promocionales sobre no discriminación de personas con síndrome de down y planificación familiar.
- Campaña de cuidados prenatales y lactancia materna. Aprovechando el embarazo de la figura femenina más popular de la música vernacular, Telemetro lanzó una campaña avalada por el Ministerio de Salud. Se realizaron varias versiones dirigidas al control prenatal, lactancia materna y vacunación.



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



Los encuentros futbolísticos eran transmitidos en vivo, por comentaristas de RPC Deportes

- **“Una Noche de Moda y Elegancia”** fue un evento organizado por el canal de cable **MALL TV**, a beneficio de Nutrehogar. En la actividad se recaudaron **B/. 37,340.00** para la Fundación.



Grabación de “Una noche de moda y elegancia”, organizada y transmitida por MALL TV a beneficio de Nutrehogar.



• “La Hora de los Zambitos en el Hospital del Niño”. El personal de la estación radial Caliente 97.1, encargado del programa de música infantil La Hora de los Zambitos, organizó una divertida fiesta en el Hospital del Niño, en el día del niño, para llevar alegría a los reclusos en las salas del centro.



Divertido Día del Niño con los DJ's de La Hora de los Zambitos. Hubo música, regalos y mucha diversión en el Hospital del Niño.

• Servicios de cortesía de Televisión por Cable e Internet. Un aspecto que Cable Onda apoya sostenidamente es la instalación de servicios de cortesía, tanto para televisión por cable como para Internet para organizaciones educativas, sociales y de salud.

Área	Servicio	Escuelas	Hospitales	Varios
Ciudad Capital	TV por Cable	6	2	2
Ciudad Capital	TV por Cable e Internet	4		1
Ciudades del Interior	TV por Cable		2	4



# [ VALORES Y NACIONALIDAD ]

## 1 | Cuna de Acordeones



Cuna de Acordeones es un programa de televisión que busca **promover la cultura musical y el folklore panameño**. Este programa se realiza desde las ferias folklóricas y agropecuarias que se efectúan en varias ciudades del interior del país y **resalta la música vernacular**.

Además, se hace honor a nuestras costumbres y tradiciones. El folklore es protagonista y por su escenario han pasado manifestaciones de todas las regiones del país como bailes con las polleras de gala, polleras blancas regionales, faldones típicos y diablicos sucios, todo esto acompañado de música hecha por compositores panameños. Los concursantes compiten en la **ejecución del acordeón**, uno de nuestros instrumentos musicales más difundidos y el protagonista de la música típica popular.

## 2 | Semilla de Acordeones

En ese mismo género se realiza una versión infantil del concurso anterior, cuyo objetivo es **promover entre los niños el amor a la música** y a la práctica de un instrumento de mucha valía entre nuestra población. Se realiza una convocatoria de provincias en la que se seleccionan los representantes que luego irán a los programas que recorren varias ciudades del país.



Este proyecto tiene como objetivo preservar en los niños la ejecución del acordeón y a la vez, **incentivar los talentos y valores del folklore panameño**.





### 3 | Bailando por un Sueño 2008

Este programa televisivo lleva a una pista de baile a ocho concursantes que se esmeran por lograr un sueño que creían imposible. En esta segunda versión se seleccionaron casos que abarcaban necesidades médicas, mejoras de calidad de vida, religiosos y educación, principalmente.

Dado que el programa se basa en el acceso telefónico de los televidentes para votar por sus concursantes favoritos (durante las ocho semanas en que se transmite), se selecciona una organización que recibe el aporte efectivo, generado por estas llamadas, que corresponde a nuestra empresa.

En esta ocasión se eligió como Fundación beneficiada a **La Casita de Mausí**, dedicada a albergar a pacientes que padecen cáncer, junto a sus familiares que se trasladan desde lejanas comunidades para ser hospitalizados en el Instituto Oncológico Nacional. Al finalizar el proyecto, La Casita de Mausí recibió una donación de **B/ 10,000** para la realización de varios de sus proyectos.

Otras Fundaciones que también fueron beneficiadas a través de segmentos más cortos del programa fueron el **Patronato del Hospital del Niño** y **El Hogar de la Divina Gracia**, que busca la sanación interior de las jóvenes entre los 13 y 18 años que han sido víctimas de maltrato y violencia intrafamiliar y viven en estado vulnerable.

A través del programa se lograron realizar cinco de los nueve sueños de los concursantes. Dos sueños aún están en proceso y cuentan con el apoyo de patrocinadores; y los otros dos no se han podido realizar hasta la fecha.

### 4 | Deportes

Uno de los deportes que más emociones genera en Panamá es el béisbol; de allí que se aprovechó la temporada para lanzar una campaña bajo el nombre **"LEYENDAS"** que buscó motivar a los jóvenes a practicar este deporte a través de reconocidos atletas que han tenido grandes carreras en Panamá y el exterior.

También RPC Deportes apoyó a los Atletas de Olimpiadas Especiales en la divulgación de las actividades de **Olimpiadas Especiales en China**; destacando sus habilidades y condiciones de superación. El Departamento de Noticias realizó segmentos especiales para radio y televisión, desde el lugar de los hechos para motivar al pueblo panameño a que apoyaran a la delegación nacional.



## 5 | Techos de Esperanza

En este proyecto participaron 10 familias panameñas de diferentes provincias (Chiriquí, Veraguas, Coclé, Colón y Panamá) que fueron escogidas por sus valores de integridad, unión familiar, y por ser ejemplos para su comunidad. Las familias compitieron entre ellas afrontando pruebas de impacto social para así obtener su tan anhelada casa.

El programa buscó premiar a estas familias que han logrado permanecer unidas y conservar los valores familiares pese a su dura situación. El impacto fue tal que las **10 familias** recibieron su casa propia; **5 de ellas completamente amobladas y equipadas.**

## 6 | Esa Cabellera Blanca

Es un programa que ha permanecido en pantalla por 31 años y **resalta el rol de las madres más humildes del país.** Retrata a una mujer de cada provincia, seleccionada entre cientos, que refleja la gran necesidad que se vive en nuestros campos y que no hace mella en ellas para criar con valores, amor y fortaleza a sus proles.





Participan madres escogidas por sus méritos y ejemplares virtudes, sobrepasan los 80 años de edad y las hay que han tenido o criado hasta más de 20 hijos.

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



## 7 | Segmentos Informativos

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

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





Esfera de  
**DERECHOS LABORALES**





## ASPECTOS LABORALES

El cumplimiento legal y fiscal de las empresas debe ser superado para que una organización sea considerada como socialmente responsable. En ese sentido Grupo Medcom diseña distintos instrumentos que proporcionan un ambiente de trabajo seguro, confiable y apropiado para los colaboradores, apoya la libre asociación a través de las figuras del Sindicato y Cooperativa existentes y promueve actividades que procuran balance entre la familia y el trabajo.

**Mencionaremos algunos de los instrumentos que actualmente se utilizan para lograr trascender del mero cumplimiento legal y fiscal:**

- **Encuestas anuales de clima organizacional.** En las tres unidades de negocio se dieron resultados positivos con respecto a las acciones que la empresa desarrolla a favor de los colaboradores.

Unidad de Negocio	% de participación	% de resultados positivos hacia la empresa
Cable Onda	73%	82%
Dirección Servicios Compartidos	64%	73%
Corporación Medcom	70%	71%

- **Evaluación anual de desempeño.** Proporciona a cada colaborador la retroalimentación necesaria para poder cumplir con lo que se espera de él, arroja claridad en las expectativas, perfiles y roles de cada posición y permite un intercambio honesto directo entre cada colaborador y su superior inmediato.

- **Indicadores de desempeño de la empresa.** No sólo miden el desempeño sino que mejoran la relación con los principales grupos de interés. Algunos de estos son:

- 
- **Indicadores Financieros.** Flujo de caja; utilidades; retorno sobre la inversión; relación costo/beneficio.
  - **Indicadores relacionados con el Cliente.** Satisfacción del cliente externo o interno; tiempo de entrega de los pedidos; competitividad en precios o calidad; franja cubierta del mercado.
  - **Indicadores internos.** Tiempos de proceso; índices de seguridad; índices de reproceso; ciclos del proceso.
  - **Indicadores de Innovación.** Desarrollo de nuevos procesos y productos; proyectos de mejoramiento; calidad total; investigación y desarrollo.
- 

Estos indicadores son verificados por medio de llamadas anónimas, la utilización del Cliente Misterioso, buzón de sugerencias y encuestas.



## 1 | Planeación Estratégica

Para el desarrollo de la Planeación Estratégica, **Grupo Medcom** se guía por el sistema de Metas Crucialmente Importantes, también conocidas como MCI.

Este es un método utilizado para mantener la alineación entre las metas de cada uno de los Departamentos o Gerencias que conforman las empresas de **Grupo Medcom**. Para su verificación y control de ejecución se creó un Comité Ejecutivo, conformado por Gerentes y Directores, entre quienes se capacitó a un Equipo de Facilitadores y Especialistas en Ejecución (EFEE).



El propósito de su creación es la de implementar exitosamente los procesos de las 4 Disciplinas de Ejecución y lograr las Metas Crucialmente Importantes – MCI.

Para el logro de objetivos y manejo apropiado de la información existen, en cada unidad de negocio, una plataforma tecnológica interna en la que se publican todas las políticas, estrategias, procedimientos, guías e instructivos.



## 2 | Derecho a Asociación

La Convención Colectiva representa un importante acuerdo entre Sindicato y empresa en la que se reflejan los deberes y obligaciones, tanto de empleado como de empleador, y se garantizan los beneficios antes mencionados.

Tanto Corporación Medcom como Cable Onda mantienen **convenciones colectivas** con sus colaboradores, mismas que son suscritas con los respectivos **Sindicatos** (2) y se revisan periódicamente para hacer los ajustes necesarios en cada caso.

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

## 3 | Reclutamiento y Selección

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

### Concursos Internos en Grupo Medcom / Sept. 2007 – Abril 2008

Unidad de Negocio	Concursos Internos Publicados	Colaboradores Ganadores de Concursos Internos
Cable Onda	28	20
Dirección Servicios Compartidos	10	7
Corporación Medcom	12	6
<b>Total de Grupo Medcom</b>	<b>50</b>	<b>33</b>



La Gerencia Senior de Recursos Humanos reportó un incremento en la ocupación interna de vacantes, en comparación con el período anterior pues de 33% en 2006, se pasó a un 45% en el 2007 y en el 2008 superó el 60%.

#### 4 | Planes de Reconocimiento / Beneficios

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

Estos reconocimientos son monetarios o verbales en privado, en público, escritos a través de memorándums o con certificados. Todo esto es posteriormente divulgado a través de los medios de comunicación internos.

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



Colaboradores de Grupo Medcom que culminaron sus estudios superiores, gracias a Becas otorgadas por la empresa.

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



## 5 | Seguridad e Higiene

La Salud Ocupacional está a cargo del personal de Gestión Humana, que desarrolla programas para ofrecer adecuadas condiciones de trabajo, controles para la adopción de medidas preventivas en el desarrollo de las actividades laborales y verifica la cobertura total del personal a su cargo. Grupo Medcom posee dos enfermerías, equipó algunos vehículos con botiquines de emergencia y existe un médico general de planta.

## 6 | Proveedores • Clientes

La Gerencia de Logística y Compras incluye en su análisis de transacciones y relaciones, las actividades de las empresas candidatas a ser proveedoras, que los catalogan como socialmente responsables. Todo esto es verificado con documentos originales que son avalados por la Gerencia de Logística y Compras.

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



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





# Esfera de DERECHOS AMBIENTALES





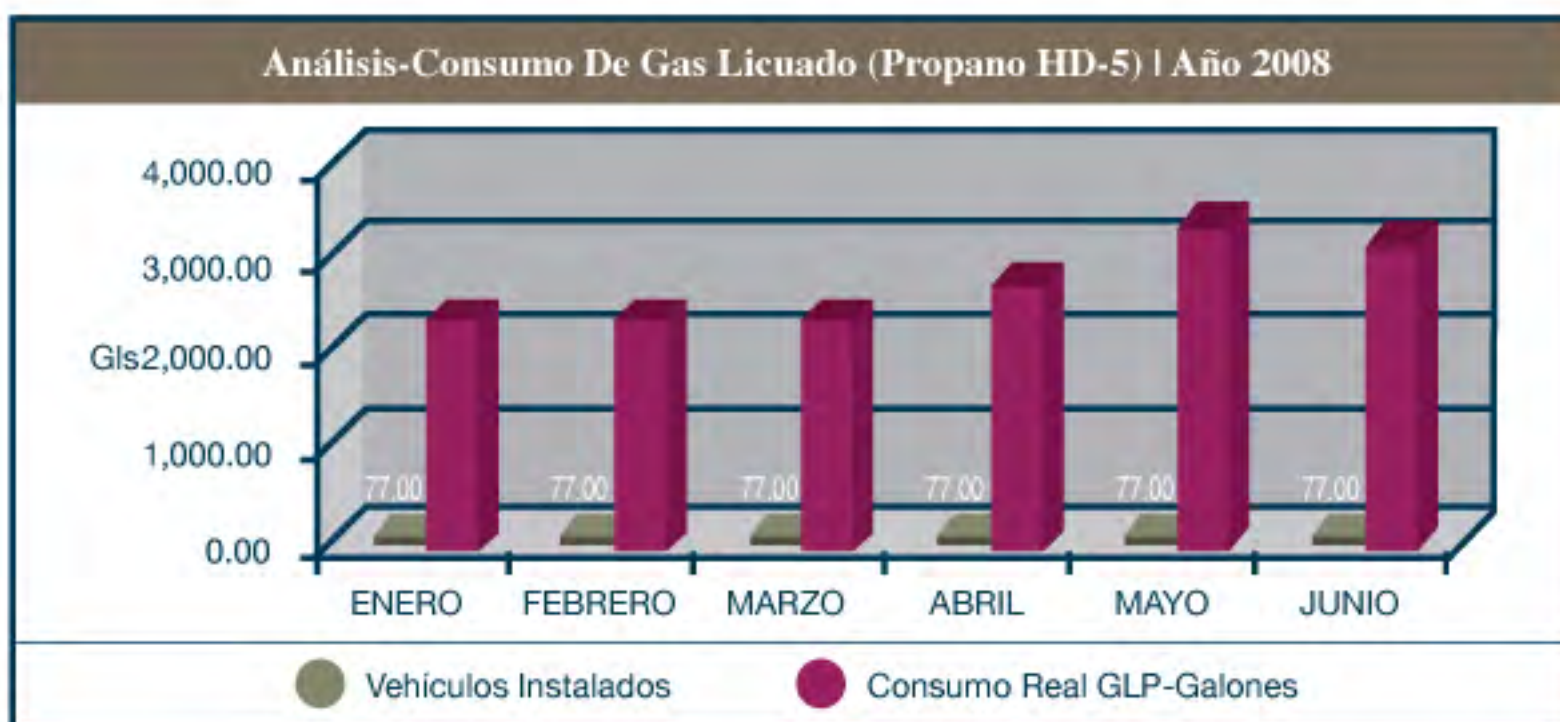
## 1 | Disminución de Contaminantes

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



Revisión de los tanques de Gas – GLP.

Los resultados han sido muy positivos:



El proyecto logró su máximo punto con la incorporación de 77 vehículos en el 2007 vs. 20 en el 2006. Para el 2008 la cantidad de vehículos con el sistema GLP se mantuvo.

A partir del 1 de septiembre de 2008, las empresas que conforman el Grupo Medcom, utilizan para la limpieza de todos sus edificios **productos biodegradables**, los cuales contribuyen con la buena salud de los colaboradores y con un medio ambiente más puro.





## 2 | Ahorro Energético

Por segundo año consecutivo continuó la campaña interna “El que la prende la Apaga”, orientada a disminuir los costos de energía eléctrica.



Se utilizaron afiches, divulgación interna en murales y se dictaron seminarios para crear conciencia entre los colaboradores. Pese a los constantes incrementos en el costo de la energía eléctrica producidos por el elevado precio del combustible, no se vieron efectos de disminución en el consumo pero sí se considera que el **impacto fue menor** gracias a la campaña de concienciación.

## 3 | Campañas y Actividades

Voluntarios de **Grupo Medcom**, participantes del Programa Televisivo “**Buscando a Pepito**” de **Telemetro** e invitados especiales, participaron de una jornada de siembra árboles con motivo de celebrarse el Día Internacional del Árbol.



Afiche utilizado en acrilicos, como parte de la campaña.



Con esto, se busca concienciar a la población panameña para conservar el medio ambiente, principalmente los árboles como pulmones naturales del planeta tierra.

Para el **Día de la Tierra** se realizaron **dos piezas televisivas** protagonizadas por figuras de noticias, que alertaban sobre el calentamiento global y lo que cada ciudadano puede hacer para contribuir a evitarlo.

En septiembre, **Mes de los Océanos** el programa matutino **Tu Mañana** generó múltiples iniciativas durante todo el mes en torno a la divulgación de mensajes positivos relacionados, **transmisión de jornadas en playas, entrevistas educativas y reportajes.**



© Fotógrafo: Alfredo Maiquez  
Fotografía cortesía de la Autoridad de Turismo de Panamá





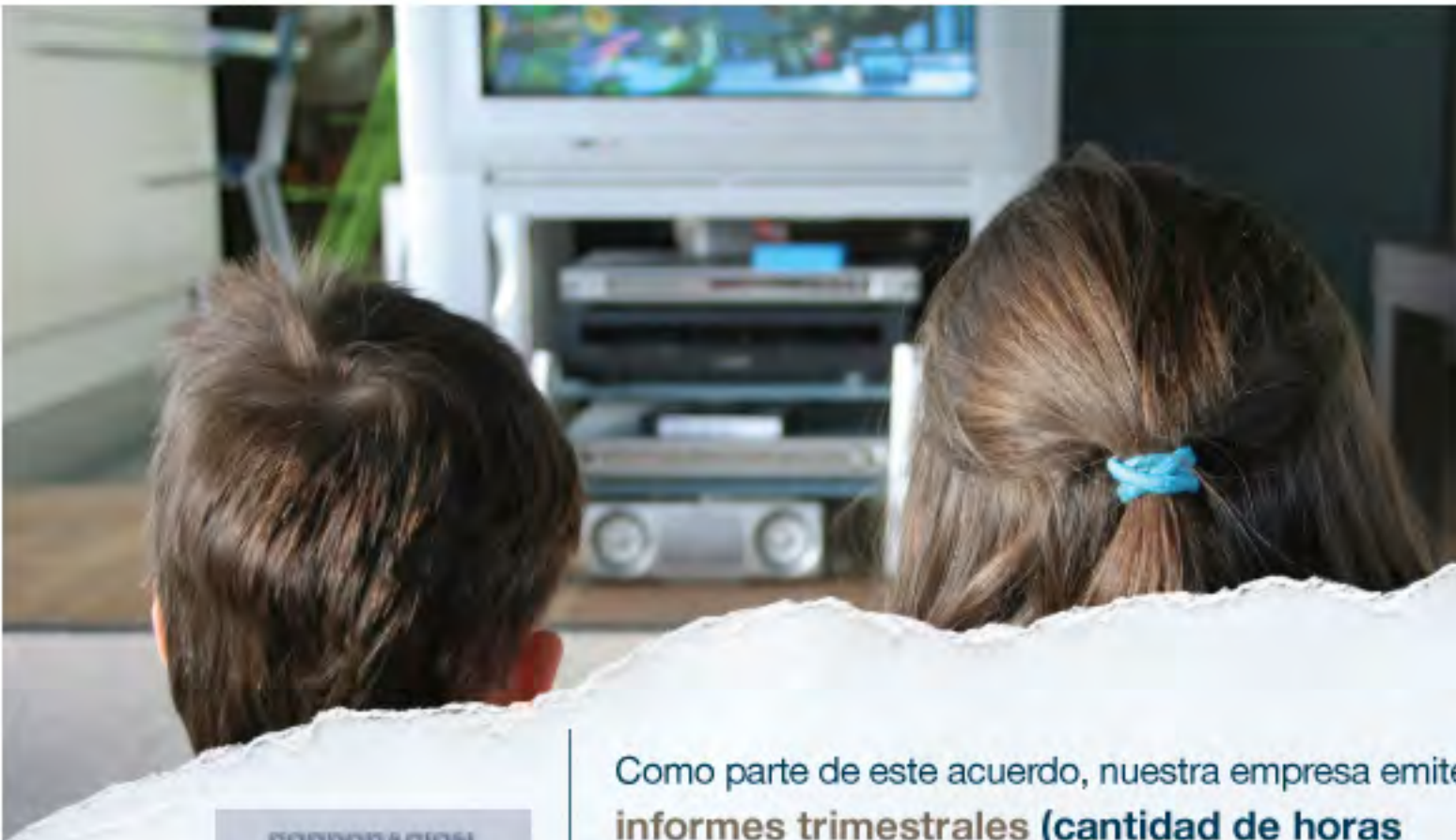
Esfera  
**ANTICORRUPCIÓN**





## 1 | Autorregulación

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



CORPORACION  
MEDCOM

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

## 2 | Cultura Ética

En Cable Onda, empresa del **Grupo Medcom**, se diseñó un lineamiento estratégico, que si bien apunta de forma directa a desarrollar Procesos, Sistemas e Instancias Legales para el Control de su personal, también se ha enfocado en sus clientes y frente al mercado.

Además, busca **implantar controles** para el fortalecimiento de una cultura orientada a desarrollar la calidad, basada en el comportamiento ético y honesto de todos los colaboradores que forman parte de la empresa.



### 3 | Ética Periodística y Empresarial

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



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

Todos los medios de Corporación Medcom pautan, en noticieros rotativos, la cuña que invita al ciudadano a interponer su queja ante el Comité de Ética. Esta pauta es gratuita y está cuantificada en un aporte anual de **B/ 82,208.21**.

A la fecha, de 11 resoluciones emitidas por el Comité de Ética, resolviendo las quejas presentadas por los ciudadanos, cuatro han sido contra canales de televisión y, de estos, sólo una fue en relación a nuestro noticiero Telemetro Reporta.

Producto de la investigación de ese caso (presentado por el Pastor Predicador de la Asociación Evangélica de la Misión Israelita del Nuevo Pacto Universal) el Comité **falló a favor del medio**.





Además, la activa participación de Corporación Medcom en el CNP derivó en la elección de nuestra representante (y representante de las estaciones televisivas miembros) Estela Villa-Real, como presidenta del gremio en el período mayo 2007 a mayo 2008.



Representante de Corporación Medcom ocupó la presidencia del Consejo Nacional de Periodismo logrando importantes avances.

Producto de esa gestión se dieron importantes logros como: capacitación periodística a más de 750 profesionales en todo el país, diseño y ejecución del Plan Estratégico quinquenal, ingreso del CNP en el Pacto Global de las Naciones Unidas y en la Red del Pacto Global Panamá, alianzas y convenios con importantes organizaciones sociales (UNICEF, OIT, CETIPATT, CONAPREDES, Knight Center for Journalism in the Americas y Open Society Foundation, Fundación TRUST de la OEA, Alianza Regional por la Libertad) y se lanzó la campaña de promoción del Comité de Ética que logró aumentar la visibilidad de sus acciones e incrementar el número de quejas recibidas.

**Campaña de promoción del Comité de Ética motivando a la ciudadanía a presentar sus quejas ante posibles faltas a la ética periodística.**

SI TE SIENTES AFECTADO POR ALGUNA NOTICIA...

*no la agarres  
contra  
el periodista*

Pon tu queja ante el Comité de Ética

Tel. 214-4930  
www.cnp.panama.org





Además se dio un importante movimiento de protesta con motivo de la realización XXXVII Asamblea General de la OEA, en el mes de junio que coincidió con el cierre de transmisiones de la estación RCTV de Venezuela. La actividad fue llamada “Apagón Pro Libertad de Expresión” y logró la inserción de una página (en la página 2 de todos los periódicos de circulación nacional) y un anuncio simultáneo en los horarios de mayor audiencia televisiva y radial con la frase “Sin Expresión no hay Libertad. Ni en Venezuela ni en el resto del mundo”.

Esta acción fue respaldada por los 6 canales privados de televisión, todas las estaciones radiales que integran la Asociación Panameña de Radiodifusión, los 7 periódicos; el Sindicato de Periodistas de Panamá, la Fundación Forum de Periodistas por las libertades de Información y

Expresión, el Colegio Nacional de Periodistas, la Asociación Panameña de Prensa Turística, la Asociación de Periodistas de Chiriquí, la Universidad Latina de Panamá, la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Chiriquí y la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.



Las actividades del Consejo son divulgadas a sus miembros.





**grupo medcom**

Comunicación de Progreso. Cumplimiento del Pacto Global  
Naciones Unidas | 2007-2008

Informe preparado por la Dirección de Asuntos Corporativos © Grupo Medcom - Panamá





