



**CORPORACION  
MEDCOM**

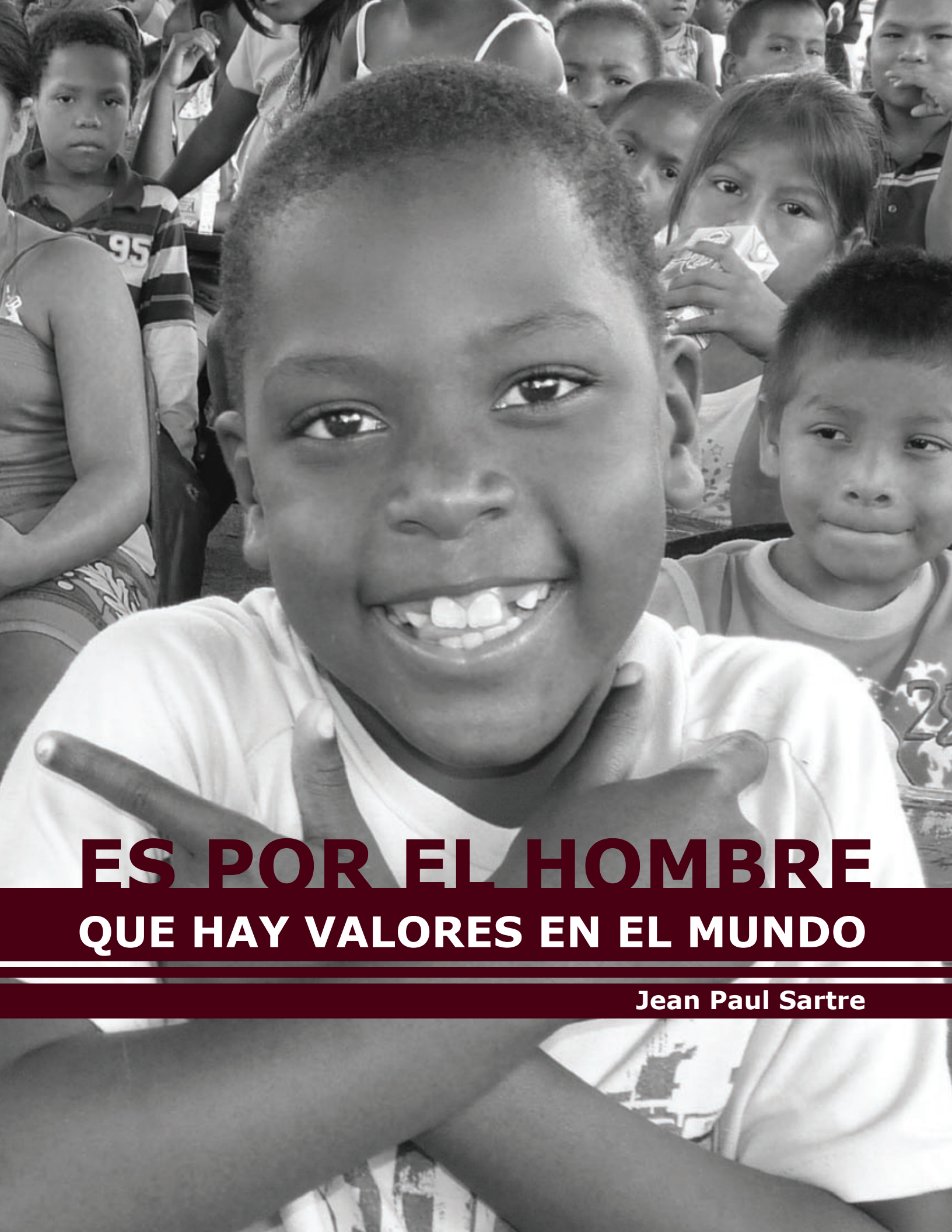
**COMUNICACIÓN DE PROGRESO**

Cumplimiento del  
Pacto Global - Naciones Unidas

**2009 - 2010**







**ES POR EL HOMBRE**  
**QUE HAY VALORES EN EL MUNDO**

Jean Paul Sartre

# CORPORACION MEDCOM

## ¿QUIÉNES SOMOS?

La Corporación Medcom nació en el año 1996 de la fusión de las dos principales empresas de comunicación masiva en el país: Corporación Panameña de Radiodifusión (propietaria de RPC TV, Canal 4, y RPC Radio) y Medios Panameños (propietaria de Telemetro, Canal 13).

Su crecimiento ha sido notable y en la actualidad es la principal y más importante empresa de comunicaciones, propietaria de los canales de televisión abierta: Telemetro, RPC TV, Tele 7; canales propios que se transmiten en televisión por cable: ECO TV, MALL TV, Cable Onda Sports y la estaciones de radio RPC Radio y Caliente 97.1



## MISIÓN

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

## VISIÓN

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

## VALORES

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

## Declaración de apoyo al Pacto Global

La comunicación social y el periodismo son en sí mismos serios compromisos y responsabilidades con la colectividad.

Emprendiendo nuevas dinámicas de asumir nuestra Responsabilidad Social Empresarial, y de cumplir con los lineamientos del Pacto Global de las Naciones Unidas, Corporación Medcom ha fortalecido sus pilares periodísticos apostando a la ética y la calidad de nuestros profesionales y contenidos.

Al tiempo que mantenemos actividad constante en cada una de las cuatro esferas del Pacto Global, se ha dado mayor fortaleza a los aspectos antes mencionados y se han tomado importantes decisiones de negocio con el riesgo de la disminución de sus niveles de preferencia e ingresos.

La principal decisión fue el cambio de programación en el horario estelar que, pese a lo arriesgado, demostró que la sociedad reconoce a las empresas y marcas que velan por el bienestar colectivo, y no sólo por sus ingresos, y termina prefiriéndolas.

Nuevas formas de recorrer el camino ético y diferenciador que logra cambios positivos en la sociedad y que nos hacen seguir comprometidos con los 10 Principios del Pacto Global.



**CORPORACION  
MEDCOM**

Nicolás González Revilla Paredes  
Director General





**ESFERA DE DERECHOS HUMANOS**

## PRINCIPIO N° 1

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos

## PRINCIPIO N° 2

No actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos

La naturaleza de la industria de comunicación masiva implica una responsabilidad con la sociedad que va más allá de los parámetros enmarcados en la Responsabilidad Social Corporativa.

Los medios de comunicación tienen un reconocido impacto en sus audiencias y sus efectos en la colectividad han sido objeto de múltiples estudios y discusión desde su nacimiento.

Por eso, la conciencia sobre esos impactos y efectos deben guiar las estrategias y objetivos de los medios privados.

Movidos por ese conocimiento, en Corporación Medcom, los principios 1 y 2 se traducen en actividades y acciones que promueven los Derechos Humanos desde distintas perspectivas, procurando su divulgación y reconocimiento así como el impulso de causas y mensajes de gran impacto social.

## Proyectos a favor de la Infancia y la Educación

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



Tremenda Nota es una colecta anual que tiene 14 años de realizarse en Panamá. En sus tres últimas versiones se ha hecho en alianza con una ONG, el Club Activo 20-30 que también realizaba otra colecta de características similares y el Programa Internacional de Acercamiento a la Literatura Infantil, PIALI.

Como novedad, en el año 2010 la colecta se orientó a dotar de insumos a escuelas en todo el país para la creación de rincones de lectura y fortalecimiento de sus bibliotecas.

	Libros	Cuadernos	Útiles escolares	Escuelas y Beneficiadas	Estudiantes Beneficiados
2010	54,326	957	1,261	103	12,600
2009	30,872	1,270	2,263	84	8000
2008	23,604	8,056	76,816	84	8000





## 2 Los Niños Primero (Alianza Empresa / ONG / Clientes)

Con 15 años de trabajo, la colecta anual de víveres Los Niños Primero, fue una iniciativa creada por RPC TV a beneficio de la ONG Nutre Hogar y en alianza con algunos clientes de fuerte arraigo social (Fundadores: Petróleos Delta y Super 99; desde 2010 Almacenes El Titán y Titán Toys).

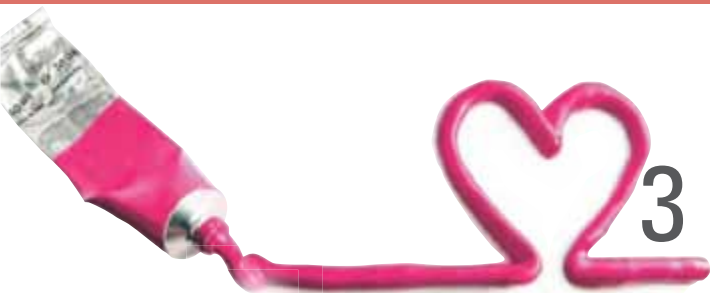
Es la más importante actividad de posicionamiento, divulgación y recaudación de fondos e insumos de Nutre Hogar y cada año, con los aportes entregados por los clientes patrocinadores, se construye un nuevo centro nutricional autosostenible en distintos sectores de extrema pobreza del país.

En el año 2010 se construyó un nuevo centro en el sector indígena Los Guarumos, Comarca Gnöbe Buglé con niveles de desnutrición del 90%.

Se utilizó la plataforma de transmisiones de radio y televisión del mundial de fútbol para solicitar aportes bajo el slogan "Mete un gol solidario contra la desnutrición".



Año	Total Anual Recaudado
2010	B/. 397,120.18
2009	B/. 391,638.62
2008	B/. 242,615.23
2007	B/. 286,202.03



### 3 ACTIVIDADES

#### SALUD / PREVENCIÓN DE CÁNCER



- **Pinceladas de Amor:** Sus objetivos son divulgar información para la temprana detección del cáncer de mama (este año se incorporó prevención de cáncer de próstata) y generar solidaridad con pacientes y sobrevivientes. Por tercer año se realizó en un punto de la ciudad de gran movimiento de personas, en alianza con FUNDAYUDA, la Facultad de Enfermería de la Universidad de Panamá y el Instituto Oncológico Nacional.

- **Campaña Cinta Rosada:** Consta de una serie de acciones internas y externas: realización de pieza televisiva orientada a la concienciación; iluminación del edificio Medcom con el color rosado (iluminado por la Primera Dama de la República); venta de dulces y recordatorios con la cinta rosada; jornada de donación de sangre a beneficio del Instituto Oncológico Nacional; contenido radial y televisivo generando prevención (entrevistas, programas especiales, reportajes, tips gráficos, etc.).



#### SOCIAL / SOLUCIÓN DE CASOS Y DENUNCIAS

- **Extra Solidario:** desde hace 9 años, la cadena de supermercados Super Xtra patrocina la ayuda solidaria a familias que viven en situaciones de pobreza extrema. Cada caso es presentado en el C4 y cada visita representa la entrega de insumos necesarios para esas familias: alimentos, colchones y artículos de primera necesidad, valorados en B/100.00 por familia para un total anual de **B/5,200.00**.



- **Respuestas Comunitarias:** La ciudadanía busca el apoyo de los medios de comunicación para lograr la solución de problemas sociales, de diversa índole, que suelen estancarse en la burocracia estatal. Es así como el programa **“En Contacto con la Comunidad”**, de RPC Radio, entrevistas sociales en el **Noticiero Matutino de Telemetro Reporta** y **RPC Radio**, entre otros, se transmiten diariamente con la dinámica de presentar el caso, gestionar la ayuda y divulgar la solución.





- **Entregas Sociales:** a través de los distintos espacios tanto televisivos como radiales se logra vincular a familias en situaciones de pobreza o enfermedad con empresas, instituciones del Estado o individuos, lográndose la solución de los casos. Como ejemplo mencionaremos el caso del niño José Luis quien padece una compleja enfermedad y que recibió **una casa nueva** construida por personal del Ministerio de vivienda y de los noticieros de Telemetro Reporta, en un tiempo récord. Cada semana se fue informando el avance y numerosos ciudadanos colaboraron con donaciones para mejorar la calidad de vida de esta familia. También **se entregó una casa nueva** para la señora Georgina González, en la provincia de Chiriquí, como parte de los compromisos del programa Bailando por un Sueño. Más recientemente la cadena Cochez (materiales de construcción) colabora en la solución de **un caso social cada semana** y, por parte de un ciudadano comprometido que prefiere el anonimato, se entrega una laptop a una persona con discapacidad, también semanalmente. Esos últimos espacios se dan **en los noticieros matutinos de Telemetro Reporta.**

#### RSE / DIVULGACIÓN Y CONOCIMIENTO

- **VI CONFERENCIA CENTROAMERICANA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CONVERTIRSE 2010.** Fuimos el principal medio patrocinador de esta conferencia, único televisivo y radial, en apoyar esta iniciativa organizada por la Red de Integración Centroamericana por la RSE y SUMARSE. Durante dos días más de **300 personas** de la región participaron en un activo intercambio de conocimientos, mejores prácticas y modelos de ejecución de la Responsabilidad Social en un evento que fue certificado como **libre de emisiones de carbono.**





## Contenido Positivo

### Tv que te hace bien

Conscientes del poder de la televisión y su enorme alcance, entendemos que es posible crear impacto positivo al tiempo que entretenemos e informamos de forma atractiva para las audiencias.

Fundamentados en este principio, el año 2010 se lanzó una propuesta conceptual que abarca no sólo campañas y piezas promocionales que explican la filosofía, sino que se creó una nueva visión para programar los contenidos, favoreciendo el uso de espacio estelar para contenido familiar.

**El propósito de este concepto es crear cambio social mientras se entretiene.**

Uno de los movimientos más arriesgados fue eliminar la tanda de telenovelas de las 7 de la noche (en pleno prime time u horario estelar) para sustituirla con contenido familiar en una franja que se bautizó como Llégate a las 7.

### Llégate a las 7

Eliminar el hábito de ver telenovelas a las 7 de la noche fue una difícil pero importante decisión, no sólo en términos de niveles de audiencia, sino también económicos, de imagen, de producción y programación de nuevos contenidos.

Sustituir las telenovelas por espacios familiares podría venir de la mano con un posible descenso en los niveles de audiencia (ratings) y, en consecuencia, del ingreso relacionado.

Sin embargo, estos aspectos fueron analizados y se prefirió hacer el cambio para favorecer los espacios familiares y mejorar la propuesta televisiva, asumiendo las consecuencias antes mencionadas.





El contenido se confió a programas de juegos y concursos familiares que educan y entretienen al tiempo que regalan sumas importantes de dinero. Se escogieron franquicias internacionales de primer nivel para aprovechar la coyuntura de elevar la calidad de producción panameña a estándares mundiales.

La buena noticia fue que la audiencia y los anunciantes fueron respondiendo lenta pero positivamente y hoy Llégate a las 7 ha vuelto a los niveles de competitividad pero fortaleciendo la unión familiar a través de los programas pautados en ese horario:

**Deal or No Deal:** uno de los más clásicos y exitosos programas televisivos que en 25 maletines guardan hasta 50,000 dólares para un solo ganador. Hasta la fecha el programa ha entregado 243,651.75 dólares entre sus ganadores que acuden al programa con la intención de ver cumplidos sus sueños.

**Quien Quiere ser Millonario:** el éxito mundial de este formato también se incluye en la tanda familiar estelar de Telemetro. En fechas significativas se realizan programas especiales que convierten en receptores de los montos obtenidos a organizaciones que se vinculan con una causa específica que el canal apoya.

ONG Beneficiada	Monto recibido
Olimpiadas Especiales (viaje de la delegación panameña)	B/. 9,000.00
Club de Leones de Panamá (proyecto deportivo en El Chorrillo)	B/. 16,000.00
Cruz Roja Panameña (mejoras Hogar El Carmen)	B/. 11,000.00
Consejo del Sector Privado para la Educación (educación superior para tres estudiantes destacados)	B/. 10,000.00
Hogar Monerri (programas juveniles en El Chorrillo)	B/. 14,000.00



**La Rueda de la Fortuna:** es otra de las franquicias internacionales que forma parte del horario estelar familiar de Telemetro. Además de despejar incógnitas que contribuyen a reforzar la educación y la cultura, ha entregado más de B/.105,000.00 entre personas de todas las clases sociales que han participado. Además, realizó un programa especial durante el mes de la prevención del cáncer de mama, beneficiando a la Asociación de Amigos y Voluntarios del Instituto Oncológico Nacional que recibió B/.8,660.00 para el trabajo que realizan con los pacientes en tratamientos de cáncer.

**Cruzada por la Paz:** A raíz de la trágica muerte de un joven universitario en su hogar, a manos de delinquentes juveniles, nació en nuestro noticiero matutino un movimiento espontáneo contra la violencia que el mismo padre de la víctima denominó Cruzada por la Paz.

A esta cruzada se unieron ciudadanos, organizaciones civiles y grupos comunitarios con el objetivo de crear conciencia hacia el problema de la delincuencia y entregar al Presidente de la República un listado de posibles soluciones al problema (desde proyectos de nuevas leyes, cambios en legislación vigente, fortalecimiento de aspectos de prevención y resocialización, entre otros).

Ante este problema, se transmitieron **10 programas especiales en el horario estelar** de las 7 de la noche, varios de ellos en directo desde sectores sociales muy vulnerables y desde los cuales se expusieron aristas de esta problemática pero también se dieron importantes soluciones (como en el programa desde El Chorrillo en el que el Ministerio de Trabajo comprometió el proyecto de Primer Empleo y que, al cabo de varios meses logró **capacitar a 300 jóvenes desempleados**). Estos programas **fueron vistos por 254,250 personas**.

Además, se convocó a **una gran Marcha por la Paz** que logró reunir, pese a un fuerte aguacero, a miles de personas vestidas de blanco clamando por paz, justicia y alto a la delincuencia. Esta Marcha también fue transmitida en directo y fue vista por **109,120 personas**.





A raíz de la Cruzada por la Paz, se transmitieron segmentos semanales (que continúan en la actualidad) con contenido positivo dirigido a visibilizar iniciativas que favorecen una cultura de paz; se creó también **Comunidades por la Paz** que destaca el trabajo desinteresado de personas o grupos de personas que trabajan por alejar a los jóvenes de malos pasos. Este segmento aparece semanalmente en todas las emisiones informativas de Telemetro Reporta.

**Así es mi Tierra:** es un programa de contenido folklórico, con aspectos culturales de las tradiciones panameñas vinculadas a la labor del hombre y la mujer de nuestra campiña. Cada semana, Así es mi Tierra presenta aspectos de la idiosincrasia del panameño reflejada a través de sus festividades, trabajos cotidianos y costumbres. Algunos de sus segmentos más importantes son: **“Pa que aprenda”** (sobre confección de artesanías e indumentarias), **“Postales”** (bellos parajes de todo el país), **“De Fiesta en Fiesta”** (fiestas patronales, ferias y eventos folklóricos), **“Había una vez”** (historias y leyendas populares).

**Cuna de Acordeones:** Se dice que la fuerza del acordeón en la música vernacular panameña data de la época en la que nuestro país estuvo voluntariamente unido a Colombia. Su penetración en toda la geografía nacional ha hecho que sea un instrumento estrechamente relacionado con nuestras raíces folklóricas. De allí que Cuna de Acordeones busca, no sólo promover la práctica de este instrumento como refuerzo a los valores autóctonos, sino que resalta entre los jóvenes y las familias las costumbres y tradiciones panameñas.

Fecha	Personas 3 años y más		
	Rating Promedio	Audiencia Promedio	Alcance Promedio
CUNA DE ACORDEONES ATLAS - 2010	6.0	97,160	214,350
CUNA DE ACORDEONES ATLAS - 2009	9.7	153,700	357,700
CUNA DE ACORDEONES ATLAS - 2008	10.3	156,820	353,690



**Semilla de Cantores:** La décima es una de las más profundas y arraigadas tradiciones populares. Estrofas de 10 versos son entonadas en distintos estilos melódicos (llamados torrentes). Una costumbre que caracteriza a nuestro hombre y mujer del campo.

Promover su práctica en los niños es **asegurar la preservación de esta costumbre** a través de las generaciones presentes y futuras.

Al estilo de concurso televisivo, niños y niñas de todas las provincias participan en eliminatorias y luego en programas que a lo largo de varias semanas van dándole proyección a cada participante, con reportajes alusivos al entorno en el que viven, generalmente rural. **Todos los niños reciben becas** para garantizar su futuro escolar.

Fecha	Personas 3 años y más		
	Rating Promedio	Audiencia Promedio	Alcance Promedio
SEMILLA DE CANTORES - 2010	9.9	160,080	346,920
SEMILLA DE CANTORES - 2009	11.6	183,460	417,330
SEMILLA DE ACORDEONES - 2008	5.6	85,730	233,280



## Deportes

**Mundialito del Barrio:** una alianza multisectorial que ha resultado en un proyecto inigualable que benefició a **4500 niños**. En asociación con la Fundación Movimiento Nueva Generación y con el patrocinio de varios clientes, logramos que una sencilla liga de fútbol inter barrial, tradicionalmente apoyada por UNICEF, se convirtiera en un proyecto nacional. **Se transmitieron 30 partidos en vivo**, se resolvieron casos sociales de necesidades apremiantes entre los niños de la liga y **fueron becados 3,000 niños** con el mejor desempeño escolar, gracias al IFARHU (organismo gubernamental). De esta forma sociedad civil, gobierno y empresa privada, logramos un proyecto de impactantes resultados que fueron apoyados y transmitidos por RPC Televisión y Tele 7.



**Los Campeones Del Barrio:** Programa que, apoyado en el Mundialito del Barrio, tiene como objetivo mostrar la realidad de cómo viven estos pequeños jugadores. En cada programa se presentan los entornos sociales y familiares de los niños jugadores, sus sueños y anhelos, rescatando las historias más relevantes de cada equipo. Se muestran también historias reales de jugadores profesionales que salieron de ese entorno social como modelaje y se da una sorpresa al caso más relevante de los presentados.



**El Sueño De César Barria: serie de reportajes especiales** realizados en Panamá y en Inglaterra para documentar la nueva proeza del líder juvenil César Barria. César perdió la pierna derecha por encima de su rodilla a raíz de un accidente de tránsito. Eso no ha sido obstáculo para convertirse en el primer latinoamericano con discapacidad, y primera persona centroamericana, en cruzar a nado el Estrecho de Gibraltar en septiembre de 2008. La cobertura mencionada marcó los preparativos y proeza de cruzar a nado el Canal de la Mancha en agosto de 2010. Nadó 53 kilómetros en 14 horas y estuvo muy cerca de terminar la hazaña; los panameños lo consideran un modelo de positivismo y liderazgo.



©www.cesarbarria.com





**Esa Cabellera Blanca:** Es un retrato a la madre del campo, la mujer pobre, sin estudios que con tesón y empeño crió y educó a sus hijos. Esa Cabellera Blanca, llamado popularmente el programa más tierno de la televisión, exalta la labor de esas madres, de más de 80 años, que representan un ejemplo digno de seguir.

**Se ha transmitido por 36 años** en la víspera del día de la madre.

Fecha	Personas 3 años y más		
	Rating Promedio	Audiencia Promedio	Alcance Promedio
ESA CABELLERA BLANCA - 2009	12.2	192,000	401,090
ESA CABELLERA BLANCA - 2008	14.2	217,490	420,110
ESA CABELLERA BLANCA - 2007	12.8	191,850	424,520



**Segmentos Informativos:** **RPC Radio** destina varios programas al desarrollo de contenido de orientación que ofrece a la audiencia información profesional de primera mano. Los programas que centran su estructura en esta base son **La Mañana** y **La Tarde Espectacular** que son los preferidos de los oyentes. Además, en la franja de lunes a viernes, presenta el ya mencionado programa **En Contacto con la Comunidad** que divulga las denuncias de la comunidad y busca la solución a sus problemas al ser enlace entre los afectados y las autoridades o los responsables. **Nutrición al Día**, se transmite los sábados y busca llevar información sobre una balanceada y adecuada nutrición.

**Caliente 97.1** ha desarrollado la **“Tanda de los Zambitos”** que es una franja de música para niños. Durante el mes de diciembre desarrolló un alianza con Funda-Valores consistente en la **divulgación de 10 cuentos** para aprender y practicar valores como fundamento para la educación integral de los niños.

# TD REPORTA



**Telemetro Reporta** reúne 4 informativos diarios y programas especiales cuyos contenidos incluyen varios segmentos de corte positivo y de aporte social como son: **Telemetro Reporta Verde** (conservación de la naturaleza), **Panamá Progres**a (resalta el trabajo honrado de hombres y mujeres que forjan un mejor país a través de sus múltiples oficios; son protagonistas de un buen ejemplo quién fabrica ventanas, el que hace sombreros, el instructor de beisbol infantil y como ellos cientos de personas de bien que son modelos a seguir); **Panamá Crece** (muestra indicios concretos del desarrollo del país, dando confianza y elevando la autoestima colectiva); **El Pulgar del Consumidor** (información variada para ilustrar a los consumidores) y **Entrega Especial** que incluye variantes como: **Nuestros Héroes** (destacando a personas con una vida ejemplar), **Ayuda Social** (resolviendo casos de carácter social), **Justicia Equivocada** y **Archivo de Delincuentes** (brinda el mensaje de que la delincuencia tiene consecuencias).

**Programación Especial:** Programas Especiales se realizan de acuerdo a situaciones puntuales que requieren una mayor divulgación de información a la ciudadanía, sea para conocimiento general, como para la toma de decisiones individuales y colectivas. Por ejemplo, programa especial **“Las 2 Panamá”** que destacó la evolución de la ciudad desde su fundación; **Ampliación del Canal de Panamá** ilustró a los televidentes sobre el proyecto completo de la ampliación de la vía interoceánica que beneficiará tanto a los panameños como al mundo entero; así como el especial con el predicador católico **Rick Miller**, en conmemoración del día de la familia, destacando el valor de la madre en una sociedad de violencia.

Es importante resaltar programación de carácter religioso como la **transmisión semanal de la Santa Misa todos los domingos**, la transmisión en directo de la **Cita Eucarística**, la cobertura en directo de la celebración del **Cristo de Atalaya** (incluye reportajes noticiosos durante toda la semana previa, mensajes



de reflexión y la Misa de ese domingo) y la transmisión de un **documental sobre Santa María la Antigua**, patrona de la ciudad de Panamá. Además, la programación se adapta a las conmemoraciones de la Navidad y la Semana Santa con películas, caricaturas y programas especiales relacionados con esos acontecimientos cristianos.

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

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

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

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

## Divulgación de Mensajes



Todos los medios de la Corporación MEDCOM forman una plataforma de divulgación social que permite, a organizaciones no gubernamentales ni comerciales, dar a conocer mensajes de interés social, cultural, deportivo, cívico, gremial, educativo y aquellos que promuevan el desarrollo social, individual y comunitario.

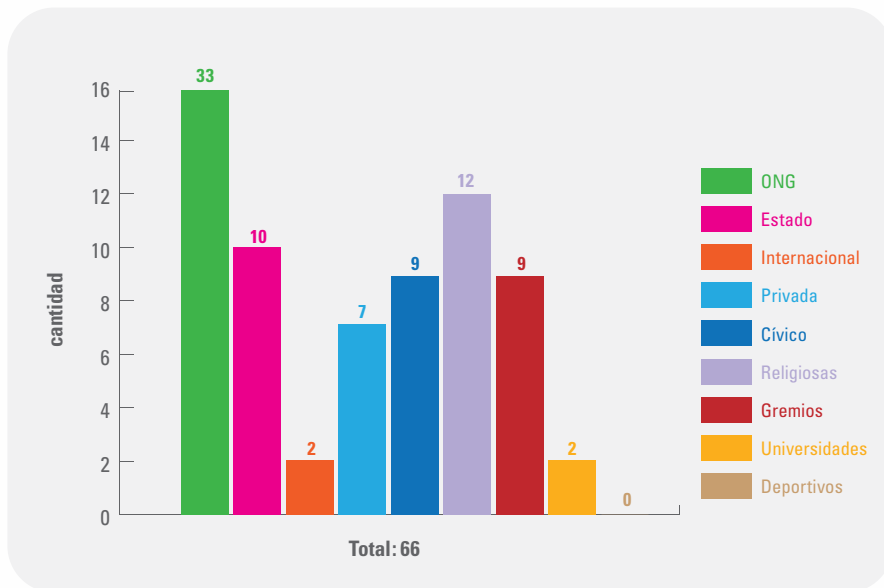
Esta plataforma, llamada SUMÁNDONOS, pone a disposición de las organizaciones un mecanismo sencillo que, con algunos requerimientos básicos, les permite acceder a tiempo televisivo y radial que en circunstancias regulares no podrían adquirir comercialmente.

# SUMÁNDONOS

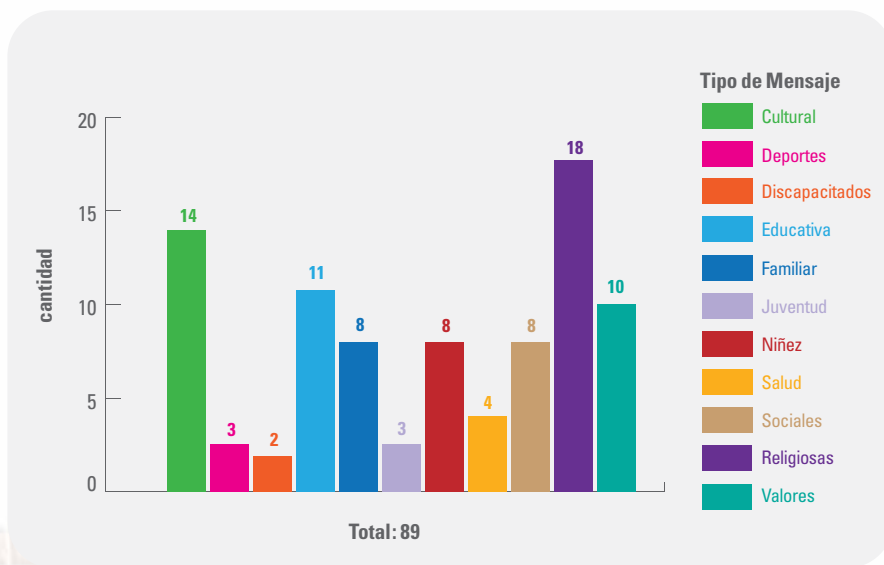




### Tipos de organizaciones beneficiadas:



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



## Alianzas

Las alianzas representan una fórmula efectiva de trabajo conjunto cuyos resultados benefician a públicos más diversos que los de aquellas iniciativas que se realizan de forma individual.



Una importante alianza se realizó con el Honorable Diputado Suplente Diego Lombana quien, pese a su dificultad auditiva, ha logrado importantes méritos personales y profesionales. Con él y teniendo como testigo de honor a la Primera Dama de la República, firmamos un convenio de colaboración para lograr la **inclusión de personas con discapacidad auditiva en más contenidos televisivos**, iniciativa que fue muy agradecida por las organizaciones que defienden los derechos de las personas con capacidades especiales y que se logrará a través de la incorporación de intérpretes en más espacios de noticias, información, coberturas especiales y mensajes sociales.



El lanzamiento se hizo en presencia de las ONG's que habitualmente utilizan la plataforma Sumándonos para su divulgación social, pues se incorporó un requerimiento para lograr la pauta de cortesía y es la incorporación de un intérprete de lenguaje de señas o un cintillo en sus mensajes.

También se firmó una importante alianza con la **Cámara del Libro** para la realización de la Feria del Libro y se realizaron iniciativas y acuerdos de divulgación con la **Secretaría Nacional de la Niñez, Adolescencia y la Familia (SENNIAF)**, con el **Despacho de la Primera Dama** y **PANDEPORTES**, entre otros.



A nivel internacional se desarrollaron varias iniciativas bajo el paraguas de un acuerdo de colaboración con IMLAS (**Iniciativa de Medios Latinoamericanos sobre el Sida**). En ese sentido se dictó un seminario con productores de contenido y periodistas sobre el apropiado tratamiento de la información relacionada con VIH y Sida. Además un periodista ha sido formado en dos eventos internacionales cuyo objetivo es lograr un nivel de profesionalización, conocimientos y sensibilización para la apropiada divulgación de noticias relacionadas con VIH y Sida.



**ESFERA DE DERECHOS LABORALES**



### PRINCIPIO N° 3

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

## Derecho a Asociación



Corporación Medcom respeta el derecho a asociación de sus colaboradores así como los acuerdos incluidos en la Convención Colectiva de Trabajo vigente, celebrada con el Sindicato de Trabajadores de Corporación Medcom Panamá (SITRACOMEPE) y que tiene validez hasta el año 2011.

Además de los logros que supone cada nueva Convención Colectiva, la empresa mantiene un **amplio listado de beneficios** para sus colaboradores, siendo uno de los mejores del país y que 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.



Se dan otros beneficios y se realizan **actividades orientadas a mejorar la calidad de vida de los colaboradores** como por ejemplo, las ferias de salud y feria de proveedores que otorgan grandes descuentos y promociones en distintas áreas tanto comerciales, médicas, farmacéuticas y de seguros, por mencionar algunos. Además, se otorga gratuitamente a todo el personal el servicio de telefonía, televisión por cable e internet en sus hogares.

## Aspectos Laborales



### Reclutamiento, Selección e Igualdad de Oportunidades

El proceso de reclutar nuevo personal o de reubicar personal interno en nuevas posiciones, obedece de forma primaria al perfil requerido para la posición. Es disposición obligatoria hacer primero la búsqueda interna para luego, si no se encuentra el candidato, proceder a la búsqueda externa.

En el período comprendido por este informe, se dio un **48% de las contrataciones internas** lo que representa un ascenso o cambio de posición de un total de **63 colaboradores**.

Número de vacantes	Vacantes ocupadas con personal interno
129	63

Como vemos en el siguiente cuadro, hay una tendencia sostenida para favorecer las contrataciones internas pues, aunque se haya dado una disminución los niveles, se mantienen en buen nivel.

Año	Porcentaje de contrataciones internas
2010	48%
2009	55%
2008	60%
2007	45%
2006	33%



En cuanto a igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, hay una clara evidencia de la posibilidad de crecimiento para ambos géneros, de acuerdo a la cantidad de altas posiciones ocupadas por cada uno de acuerdo a la tabla.

TOTAL GERENTES SENIOR	12
MUJERES	5 / 42%
HOMBRES	7 / 58%

TOTAL GERENTES	14
MUJERES	8 / 57%
HOMBRES	6 / 43%

TOTAL JEFES	36
MUJERES	19 / 53%
HOMBRES	17 / 47%

TOTAL COORDINADORES	33
MUJERES	13 / 39%
HOMBRES	20 / 61%

### Oportunidad de aprendizaje

Anualmente se reciben estudiantes de distintos niveles educativos que son incorporados para su formación, en todos los departamentos. De acuerdo a su desempeño y las necesidades de la organización algunos quedan contratados en la estructura, tal como apreciamos a continuación.



## Practicantes

ORIGEN	PRACTICANTES RECIBIDOS	% PRACTICANTES CONTRATADOS
Universitarios	71	7 %
INADEH	5	20%
Escuelas	16	12%
<b>Totales</b>	<b>92</b>	<b>13%</b>



## Capacitación y Desarrollo

Se ofrecen cursos de capacitación para desarrollar las competencias de todos los colaboradores y aumentar la productividad.

Los colaboradores también cuentan con el apoyo de la empresa para culminar o continuar sus estudios superiores ya que se asumen los costos de matrículas y colegiatura. Es así, como durante el período de este **se graduaron 14 colaboradores en Maestrías y 4 en Licenciaturas.**

**Diplomado de Estándares Periodísticos Medcom:** Conscientes del compromiso social de nuestras señales y contenidos, principalmente de los espacios informativos, por primera vez se realizó un Diplomado especializado para periodistas cuyo objetivo era establecer un estándar periodístico Medcom que elevara la calidad de nuestros profesionales y de los contenidos noticiosos y reforzara la imagen de los noticieros y la pantalla.

Las clases se dividieron en módulos que abarcaron temas periodísticos y de derechos humanos y que fueron dictados por profesionales nacionales e internacionales de primer nivel. Después de **seis meses de clases** dictadas en fines de semana, un total de **21 periodistas recibieron su Certificación**, avalada por la Universidad Latina.





## Seguridad e Higiene

---

De forma consistente el consultorio médico instalado en el edificio de Corporación Medcom, brinda servicio gratuito de atención de salud a todos los colaboradores, habiéndose realizado más de **700 consultas** en el año 2010.

Las ya mencionadas ferias de salud proporcionaron beneficios, descuentos y promociones en exámenes de laboratorio, consultas médicas y estéticas y servicios básicos de salud (farmacia, ambulancia).

Además, durante la campaña de prevención de cáncer de mama, **los colaboradores donaron sangre** a beneficio del Instituto Oncológico Nacional recogiendo un total de **23 pintas**.



La Gerencia de Gestión Humana tiene a su cargo el seguimiento de los aspectos de salud ocupacional y reporta únicamente **5 accidentes** de trabajo en el último año.

## Servicios Administrativos

---

Desde hace varios años se mantiene la iniciativa de preferir las relaciones comerciales con aquellos proveedores que tienen alto interés en los temas de Responsabilidad Social.

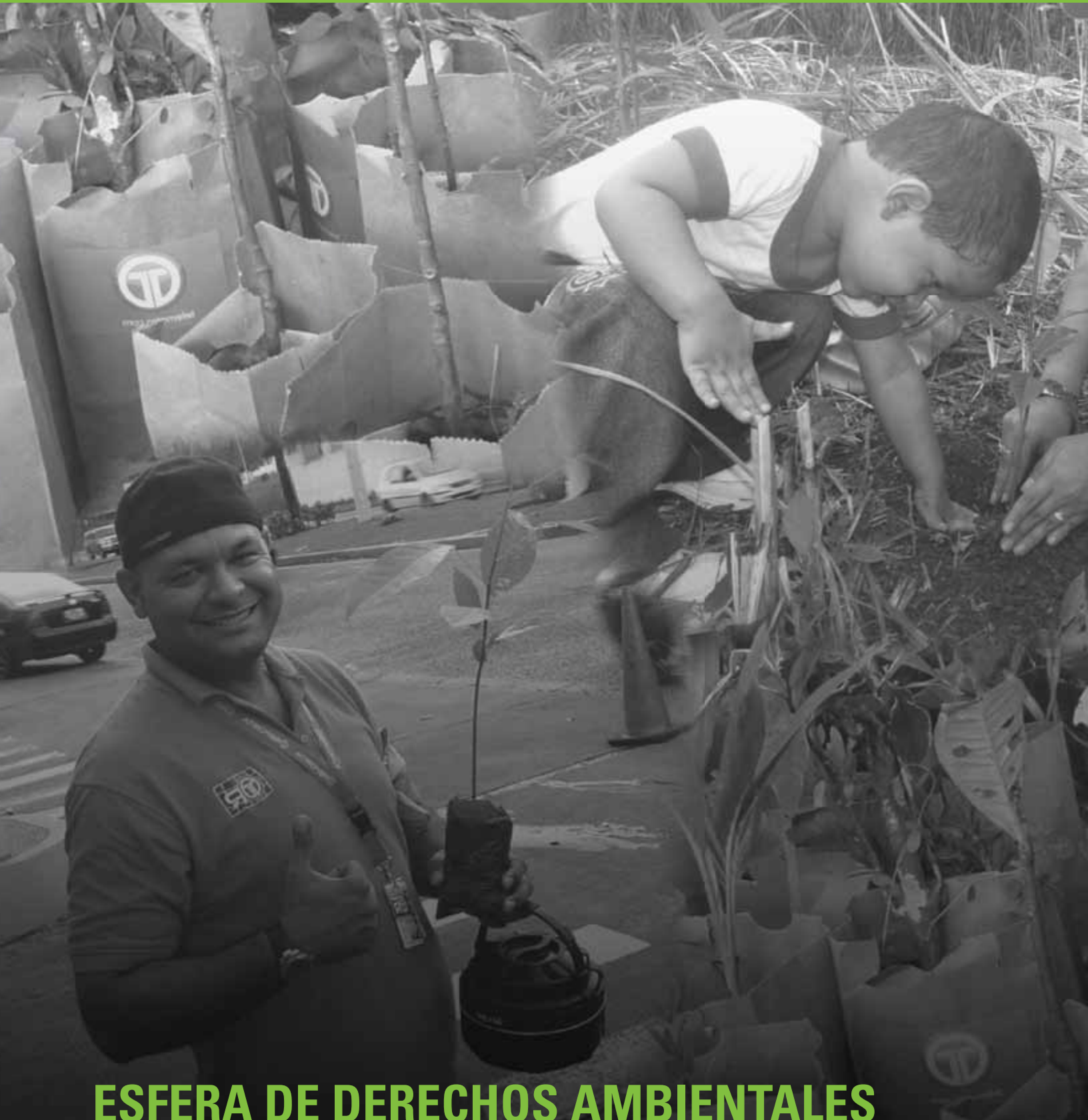


Una constante en contrataciones de diversa índole (mobiliarios, mantenimientos, reparaciones de equipos, prensa escrita, consultorías, telefónicas, automóviles, combustible, útiles y papelería, vigilancia, seguros de la propiedad, entre otros).

En cuanto al cumplimiento de la normativa vigente para el respeto de los derechos de personas con discapacidad, nuestras instalaciones tienen los respectivos estacionamientos reservados e identificados para ese propósito.



Además, para evitar molestias a los vecinos cercanos a nuestras instalaciones, se realizó una campaña interna de sensibilización y se instalaron señaladores para impedir la ocupación de áreas no aptas para el estacionamiento.



**ESFERA DE DERECHOS AMBIENTALES**



## Campañas y Actividades

### PRINCIPIO N° 7

Apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales

### PRINCIPIO N° 8

Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental



### Día de la Tierra

---

Se realizó un **mensaje televisivo** con impactantes imágenes de la forma indiscriminada como se vierte basura directamente a ríos, quebradas y al océano. El propósito era alertar de que esas imágenes no ocurrían en lejanas latitudes sino que estaban en nuestro propio entorno.

Además, nuevamente organizamos un **concurso de murales** en la escuela primaria Francisco Arias Paredes, vecina de nuestras oficinas. Un equipo de jurados formado por personajes de nuestros canales de televisión visitó cada salón de clases donde recibieron las explicaciones del significado del trabajo artístico logrado.

Ese mismo día se realizó una **feria infantil** en el patio de la escuela para conmemorar el Día de la Tierra y como reconocimiento a todos los estudiantes y docentes que se esmeraron por desarrollar conceptos que favorecen la conciencia ambiental.

### Día del Reciclaje

---

Por primera vez organizamos el **Tour del Reciclaje** que abarcó 5 **escuelas primarias** de sectores cercanos a nuestras instalaciones (República de Haití, María Ossa de Amador, Sara Sotillo, Juan B. Sosa y Manuel Espinosa Batista).

Se hizo la invitación para reciclar material diverso que fue retirado y pesado el Día Nacional del Reciclaje. Simultáneamente se les invitó a participar en la dinámica de los murales alusivos.

Se escogió la escuela que mayor cantidad de material logró reciclar (cerca de **1000 libras**) y el salón con el mejor mural. Ambos fueron premiados con un día muy especial de cine y diversión con sorpresas y regalos.



## Día del Árbol

---

Nuevamente en alianza con la Autoridad Nacional del Ambiente, organizamos una masiva entrega de plantones en nuestras instalaciones donde regalamos más de **1000 plantones** a conductores y peatones que se acercaban a buscar sus plantas.

Simultáneamente un grupo de colaboradores y sus hijos sembraron más de **200 plantones** más en un área protegida de la cuenca del Canal de Panamá.

## Disminución de Contaminantes

### PRINCIPIO N° 9

Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales

### Limpieza Ecoamigable

---

Como prueba de la verificación de perfil de nuestros proveedores, la empresa que realiza los trabajos de limpieza, nos garantiza por escrito la **utilización de productos biodegradables**.

La empresa Proclean certifica la condición de “biodegradable” de todos los productos utilizados en el aseo diario de nuestras instalaciones. Esta certificación incluye la descripción individual de cada uno de los productos utilizados por su personal.





**ESFERA ANTICORRUPCIÓN**



## Autorregulación

### PRINCIPIO N° 10

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

En 1999, bajo la coordinación del entonces Ministerio de la Juventud, la Mujer, la Niñez y la Familia (hoy Desarrollo Social –MIDES-), los dos principales grupos de televisoras, entre ellos Corporación Medcom, firmaron el Acuerdo de Autorregulación de los Medios que posteriormente fue adoptado por el entonces Ente Regulador de los Servicios Públicos (hoy Autoridad de los Servicios Públicos –ASEP-) mediante resolución número JD-1556 en septiembre de ese mismo año.

Desde entonces, se enviaban a ASEP informes trimestrales (cantidad de horas dirigidas a programación familiar) y anuales (acciones concretas de cumplimiento del acuerdo).

Sin embargo, en el año 2010, presiones sociales llevaron a un profundo análisis del contenido de dicho acuerdo, participando los representantes de todas las televisoras, integrantes de ASEP y MIDES, representante de la Asamblea de Diputados, clubes cívicos y la Dirección de Medios del Ministerio de Gobierno y Justicia en jornadas que se extendieron por varios meses. Fruto de estas sesiones se homologaron los criterios utilizados para la clasificación de la programación de acuerdo al contenido (apto para menores, requiere orientación de un adulto, no apto para menores y solo para adultos).

Estos **nuevos criterios de homologación** y otras medidas adicionales (no utilización de imágenes de programas de la categoría C en horarios antes de las 6 de la tarde, no promoción de programas de la categoría D, nuevo horario para transmisión de programas categoría C una hora más tarde de lo dispuesto anteriormente, entre otras) forman ahora parte del **nuevo Acuerdo de Autorregulación de los Medios Televisivos**.





## Ética Periodística y Empresarial

Como creyente y promotor de la autorregulación, como dinámica de sus medios, Corporación Medcom participa como miembro activo, además de haber sido fundador, del Consejo Nacional de Periodismo -CNP-, un organismo ejemplo en Latinoamérica que agrupa televisoras, radios, periódicos, gremios y universidades, vinculados al tema, con el fin común de elevar la calidad periodística en el país.

La principal instancia del CNP es su Comité de Ética, uno de los tres similares existentes en la región, que da curso a las quejas ciudadanas relacionadas con noticias aparecidas en los medios miembros del consejo. Durante el período de este informe, el Comité **emitió un dictamen de falta ética ante una información aparecida en el programa C4**, siendo ésta la primera vez que alguno de nuestros programas recibe un dictamen en contra. El dictamen se dio a raíz de un fallo técnico que dio como resultado que, al aire, una información se narrara sobre una imagen no correspondiente. Esto afectó a la persona que aparecía en las imágenes quien solicitó el análisis del caso.

Internamente, este hecho provocó la incorporación de varias **medidas de protección y supervisión** que se ejecutan en la redacción para evitar estas situaciones.

## Formación Ética



Conscientes del impacto de nuestros espacios informativos en la colectividad, asumimos, como parte de nuestra propuesta de TV que te hace bien, la responsabilidad de continuar y fortalecer la preparación de nuestros periodistas.

Es así como se creó el **Diplomado de Estándar Periodístico Medcom** (mencionado anteriormente en la sección de Capacitación y Desarrollo) que, avalado por la Universidad Latina de Panamá, dio **120 horas de contenido** especializado a un grupo de periodistas que laboran en nuestros noticieros.



Se dictaron **9 módulos** con los temas ética y principios del periodismo, manejo del idioma, creatividad y narración, estética (proyección de figuras e imagen), reporterismo y lenguaje televisivo, globalización, sociedad y cultura, la entrevista: técnica y género, tecnologías aplicadas y periodismo de análisis dictados por reconocidos profesionales nacionales e internacionales. Como **invitados extranjeros** participaron el maestro de la ética periodística **Javier Darío Restrepo** y el periodista **Omar Rincón** especialista en narrativa televisiva.



Al concluir el Diplomado, después de **6 meses de clases**, **21 periodistas** fueron capacitados y ellos mismos redactaron el **Manual de Estilo** que se incorporará en todos los informativos Medcom, tanto de radio como de televisión.

De esta forma, se logra elevar la calidad periodística de nuestro personal, ofreciendo contenidos apropiados, respetuosos de los derechos humanos y cónsonos con los principios éticos de la profesión.





# **CORPORACION MEDCOM**

Comunicación de Progreso. Cumplimiento del Pacto Global  
Naciones Unidas | 2009-2010

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