

INFORME DE COMUNICACIÓN DE PROGRESO (COP)

plataforma



ÍNDICE

- I- Mensaje de compromiso de la Gerencia
- II- Perfil de Plataforma Marketing
- III- Visión y Misión
- IV- Valores
- V- Ficha técnica
- VI- Grupos de Interés
- VII- Productos y Servicios
- VIII- Principios del Pacto Global y nuestro compromiso

DERECHOS HUMANOS:

A- Principio 1:

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.

B- Principio 2:

Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos de los derechos humanos.

CONDICIONES LABORALES:

C- Principio 3:

Las empresas deben apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

D- Principio 4:

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio.

E- Principio 5:

Las empresas deben apoyar la erradicación efectiva del trabajo infantil.

F- Principio 6:

Las empresas deben apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

MEDIO AMBIENTE

G- Principio 7:

Las empresas deben apoyar un enfoque preventivo frente a los desafíos del medio ambiente.

H- Principio 8:

Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

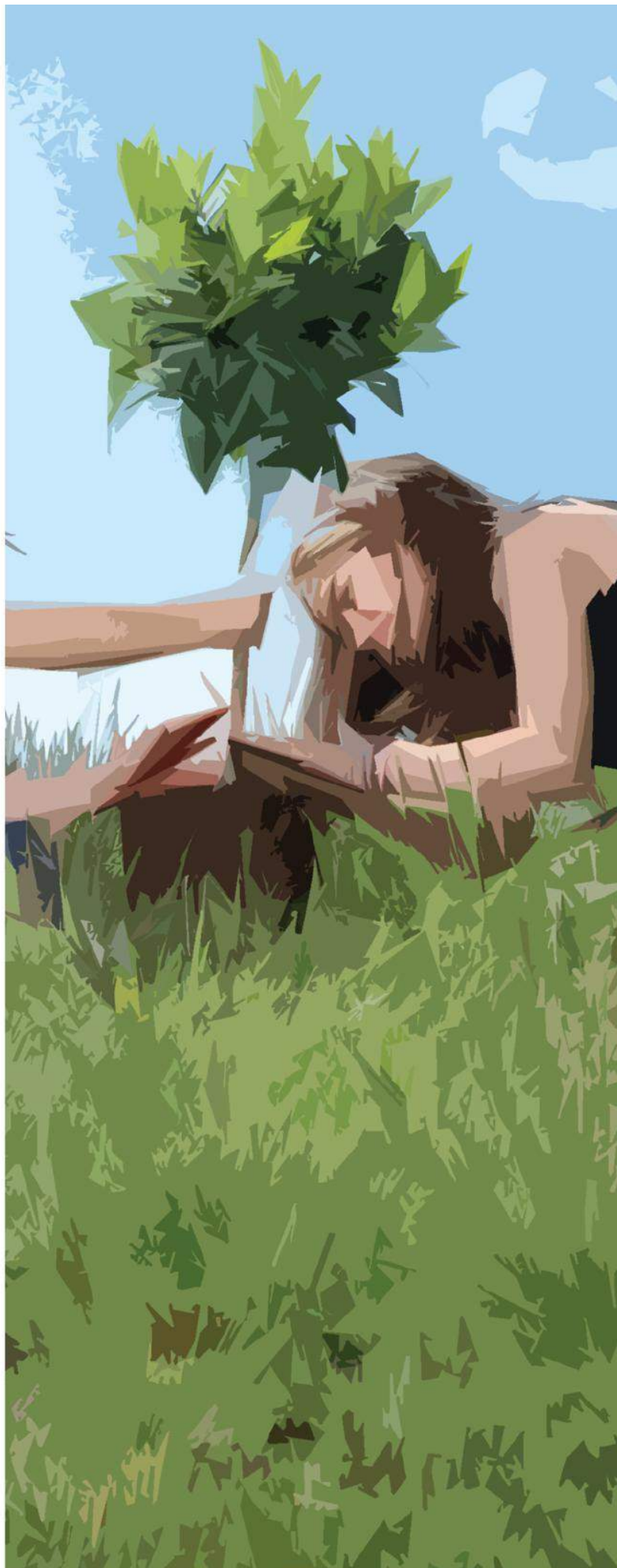
I- Principio 9:

Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

ANTICORRUPCIÓN

J- Principio 10:

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo el soborno y la extorsión.



MENSAJE DE LAS DIRECTORAS COP 2015 – 2016

Nos enorgullece poder reportar un año más nuestros avances en la práctica de los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

Hemos logrado mantener varios esfuerzos de años anteriores y también incorporado acciones adicionales fortaleciendo así nuestro compromiso.

Reafirmamos nuestro deseo de seguir perteneciendo al Pacto Global, con el reto diario de esforzarnos cada vez más en mejorar nuestras prácticas e incorporar nuevas gestiones tanto para nuestra empresa como permear a nuestros clientes, proveedores y satakeholders.

Felicidades por el trabajo que llevan adelante día a día, entre todos podemos hacer un mundo mejor

Anyvonne Poveda Sierra

Maricel Méndez

Socias Directoras
Plataforma Marketing



PERFIL DE PLATAFORMA MARKETING

“Si tus sueños no te asustan, no son lo suficientemente grandes”
Anónimo.

Somos una Agencia de Comunicaciones Integrales con más de una década de trayectoria en el mercado, contamos con talentos en las áreas de relaciones públicas, publicidad, digital y organización de eventos corporativos.

Todas nuestras áreas se rigen bajo una metodología de trabajo y procesos que nos permite una gestión de tiempo óptima. Establecemos a través de un brainstorming las necesidades del cliente y ejecutamos un plan de acción adecuado a su público meta, lo que dará lugar al éxito de su proyecto.

Nos caracterizamos por ser una agencia influenciadora, contamos con el privilegio de tener una base de datos segmentada de acuerdo a las necesidades del cliente, manteniendo siempre los contactos en diferentes esferas de alto perfil.



"El trabajo más productivo es el que sale de las manos de un hombre contento."
Pauchet, Victor.

Tenemos un profundo compromiso con nuestra sociedad a través de nuestro programa de Responsabilidad Social Empresarial, por lo cual formamos parte de Sumarse y cumplimos los Principios del Pacto Global de la ONU. En conjunto apoyamos a Fundacáncer en su labor de prevención del cáncer y al Museo de Arte Contemporáneo, promoviendo este espacio cultural.

Somos miembros de la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá y la Cámara Panameña de la Construcción, como forma de tener una participación activa en el desarrollo de nuestro país.

"Elige un trabajo que te guste y no tendrás que trabajar ni un día de tu vida." Confucio.

Nuestros clientes son nuestra mejor carta de presentación, el aval de lo que hacemos y la mayor garantía de continuidad, relaciones que perduran en el tiempo que han permitido afianzar nuestros lazos y caminar de la mano con ellos.

Algunos de nuestros clientes: Cable & Wireles, Banesco, Assa Compañía de Seguros, Centro Médico Paitilla, Mac Store, It's Sugar, Citi, Hackett London, Coronado Mall, Epson, Louis Vuitton, Natuzzi, La Estrella de Panamá, Almacenaes, Cervecería Nacional, Pricesmart, Procter & Gamble, Sony, Museo de Arte Contemporáneo, Pilar Sáinz, Xerox, entre otros.



VISIÓN

- Plataforma Marketing es una agencia de comunicaciones que propone estrategias diferentes a nuestros clientes, las cuales nos permiten un crecimiento sostenido responsable con el entorno.
- Plataforma operativa con manejo de las últimas tendencias del mercado. Reconocida por su calidad de servicio y compromiso con el cliente.
- Inspiramos a los mejores profesionales del mercadeo y las comunicaciones a ser parte de nuestro equipo.
- Velamos por un retorno de inversión satisfactorio a nuestros clientes, interesados y accionistas.



MISIÓN

- Ofrecer estrategias integrales de comunicación, apoyadas en un servicio personalizado y a la medida, con una ejecución impecable con resultados medibles y exitosos para nuestros clientes, colaboradores, accionistas, socialmente responsables con el resto del entorno.



VALORES



Responsabilidad:

Asumir las consecuencias de nuestras acciones y decisiones.

Velar por que todos nuestros actos sean realizados de acuerdo a una noción de justicia y de cumplimiento del deber.

Comprometernos en el cumplimiento de nuestras responsabilidades aplicando nuestros cinco sentidos.



Compromiso

Responsabilidad u obligación que se contrae por medio de un acuerdo, promesa o contrato. Sin embargo, por nuestros principios éticos y morales, nuestra palabra conlleva igual valor.





Honestidad

Es aquél que nos lleva a ser congruentes entre lo que decimos, pensamos y hacemos.

En la conducta hacia los demás y hacia uno mismo, que da a cada cual lo que corresponde de acuerdo al propio criterio sin afectar los intereses de los demás.

No se pregona a todo el mundo que se tiene, si no se actúa en el vivir diario.



Entusiasmo

Es la intención y esfuerzo que se dedica con empeño e interés al desarrollo de una actividad o trabajo.

Sentimiento intenso de exaltación del ánimo producido por la admiración apasionada de alguien o algo, que se manifiesta en la manera de hablar o de actuar.





Comunicación

Es el intercambio de información entre las personas o grupo de personas a través de la cual se establecen lazos de relación; pueden ser gestual, a través de signos, verbal o escrita. Comunicación entre nosotros, nuestros clientes, proveedores y demás entidades relacionadas. Siempre con transparencia, claridad y respeto.



FICHA TÉCNICA DE PLATAFORMA MARKETING

Año de Fundación:	2005
Industria:	Comunicaciones
Fuerza laboral actual:	15 colaboradores, entre hombres y mujeres
Cobertura Geográfica:	Nacional
Ingreso al Pacto Global:	Agosto 2009
Informes de Comunicación de Progreso presentados:	Diciembre 2014 Agosto 2013 Agosto 2012 Agosto 2011

Página Web: www.plataformamarketing.com

Redes Sociales:  [Facebook.com/PlataformaMarketing](https://www.facebook.com/PlataformaMarketing)

 **Twitter:** @PlataformaMarke

 **Instagram:** @Plataformamarketing

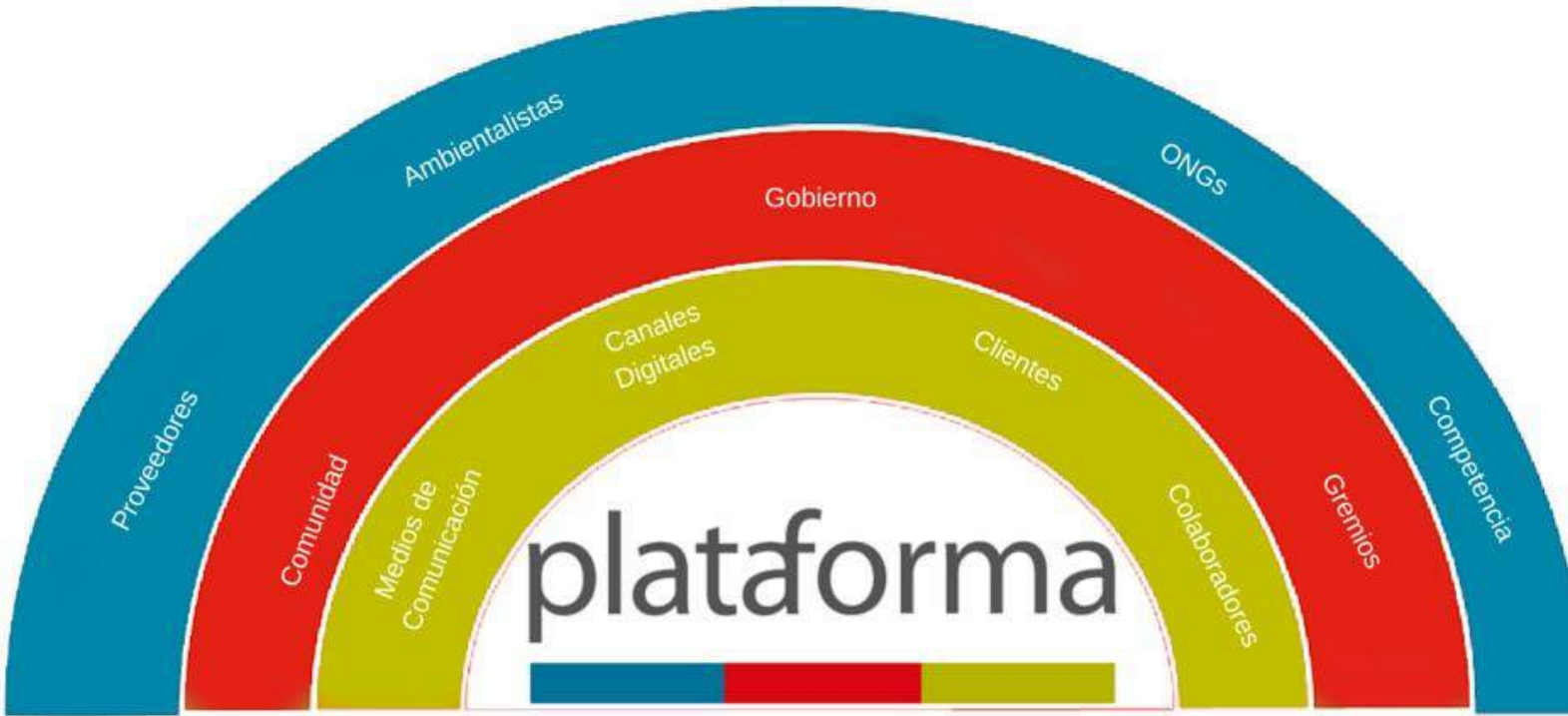
Skype: Plataformamarketing

Youtube: www.youtube.com/user/PlataformaMarketingD/

LinkedIn: URL: www.linkedin.com/company/plataforma-marketing



GRUPOS DE INTERÉS



PRODUCTOS Y SERVICIOS

La industria a la cual pertenecemos ha dado un giro de 180 grados, empujando a agencias como la nuestra a reinventarse o desaparecer. Nuestro organigrama se ha replanteado, al igual que las habilidades que buscamos en un colaborador.

Los servicios que prestamos siguen siendo los mismos de manera fundamental, solo que los trabajamos actualmente de forma conjunta entre todo el equipo borrando así la delgada línea que divide los departamentos.

Con una gran experiencia desarrollamos estrategias de comunicación, nos distinguimos por ofrecer a nuestros clientes diferentes respuestas en el área de Relaciones Públicas que permiten mantener una relación objetiva dentro de los grupos de interés. Somos especialistas en desarrollar estrategias efectivas a mediano y largo plazo.

Nuestros servicios incluyen:

- Selección de medios a convocar.
- Envío de tarjeta de invitación vía e-mail a medios de comunicación.
- Confirmación de asistencia de medios.
- Redacción de nota de prensa.
- Atención a medios durante el evento.
- Entrega de kit de prensa.



- Posterior al evento, envío de comunicado de prensa y fotos a medios de comunicación que no hayan podido asistir y a los que asistieron.
- Seguimiento con medios para publicación.
- Informe de cobertura del evento.
- Marketing relacional, gestión de administración en la relación directa con los clientes y en su satisfacción.

Creamos mensajes que llevarán tu marca a formar parte de la vida de las personas, utilizando los medios de comunicación como canal principal, previamente estudiados para adaptarse a tu perfil de consumidor.

Nuestros servicios incluyen:

- Creación de campañas publicitarias
- Planeación y compra en medios
- Producción audiovisual

Diseño gráfico y multimedia:

- Identidad gráfica
- Memorias
- Diseño editorial
- Etiquetas
- Catálogos



Diseño gráfico y multimedia:

- Catálogos
- Animación
- Producción Audiovisual
- Videos Loops
- Renders 3D



Eventos

Creamos temáticas únicas donde se muestre sinergia en la coordinación, el dinamismo y la creatividad de un equipo profesional. Poseemos una completa gama de servicios que abarca desde los aspectos logísticos y administrativos, hasta la ejecución de la organización del evento.

Nuestra agencia desarrolla tres acciones importantes para el éxito de su evento

1.- Pre Evento

- Brainstorming entre cliente y agencia
- Desarrollo del concepto creativo del evento
- Presentación de la propuesta
- Coordinación de Proveedores
- Creación del Checklist
- Diseño renders en 3D
- Desarrollo de la agenda y guion



2.- Producción del Evento

- Asistencia en la locación, para coordinar todo los detalles del montaje
- Coordinación de escenografía y decoración
- Supervisión del Catering
- Inducción de tareas para los maestros de ceremonias, artistas y/o azafatas
- Supervisión del equipo audiovisual
- Monitoreo de la agenda del evento

3.- Post Evento

- Coordinación en el desmontaje de todos los equipos
- Informe final del evento.

Otros servicios que ofrecemos

Servicio de Entrega y Confirmación de Invitaciones

Con el fin de organizar eventos exitosos, nuestra empresa ha desarrollado cinco acciones que se implementan para la confirmación de la asistencia de los invitados al evento de nuestros clientes.

- Etiquetado y Empaque
- Entrega de invitaciones de forma física
- Envío de invitaciones por correo (Save the date y Tarjeta del evento)
- Llamadas de confirmación de recepción



- Actualización de contactos y Venta de la base de Datos
- Reporte de confirmación

Registro Digital

Ofrecemos un sistema digital, para la asistencia de invitados lo cual nos permite generar un reporte online de forma inmediata de los asistentes al evento.

BTL

Ante la disminución del negocio de las comunicaciones tradicionales, este es otro departamento que ha crecido de forma significativa. La comunicación es uno a uno con el consumidor. Mensajes de forma masiva son cada vez más difíciles de manejar y que sean efectivos.

Digital

Desarrollamos la imagen de tu marca adaptándola al mundo digital a través de contenidos que te posicionarán con el consumidor.

Este ha sido el año de real crecimiento de este departamento gracias a la evolución en las comunicaciones a nivel global. Se le han dedicado mayores recursos y personal para poder ofrecer un servicio óptimo a nuestros clientes.



Nuestros servicios incluyen:

- Diseño de branding digital.
- Creación de contenidos.
- Administración de redes sociales.
- Reportes mensuales con el movimiento de las cuentas.
- Compra y asesoría en medios digitales.
- Publicidad en redes sociales.
- E-mail marketing.



PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL Y NUESTRO COMPROMISO

Como una empresa de comunicaciones hemos crecido en el desarrollo y ejecución de acciones que redunden en el cumplimiento de los diez principios del Pacto Global.

A continuación podrán apreciar cada uno de los principios y cómo Plataforma Marketing ha cumplido con cada uno de ellos.

LLEVANDO LOS PRINCIPIOS DEL RSE A NUESTROS CLIENTES

Antes de iniciar con los 10 principios detallados en el Pacto Global, quisimos establecer un mecanismo en el cual nuestros clientes, de acuerdo a su rubro de negocio, pudieran beneficiar a organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro que trabajan por el bien común. Esto fue mediante la organización de noches de compra, en las cuales nuestros clientes se vieron beneficiados con las ventas generadas y las organizaciones con un porcentaje de las mismas.

Pudimos lograr tres casos de éxito:

Hackett London realizó noche de compras a favor de la Fundación Pro-Niños del Darién





Beds & Feathers realizó un Yellow Friday a favor de Casa Esperanza



El joyero Daniel Espinosa realizó una noche de compras a favor de la Asociación de Damas Guadalupanas



DERECHOS HUMANOS

PRINCIPIO 1

A- LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR Y RESPETAR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS PROCLAMADOS A NIVEL INTERNACIONAL

Compromiso

Desde nuestros inicios como empresa proveedora de servicio nos hemos caracterizado por no violar de ninguna manera este principio. Somos enérgicos y nos oponemos a cualquier práctica que viole este derecho.

Continuamos brindando de forma gratuita nuestros servicios a la Fundación Pro-Enfermos con Cáncer (**FundaCáncer**), en la divulgación de las actividades para la prevención del cáncer que realiza a lo largo del año. Este año fuimos reconocidos con un puesto en su Junta Directiva gracias al apoyo ininterrumpido en sus actividades.

Nos llena de satisfacción que gracias al esfuerzo de comunicaciones realizado, en conjunto con la Fundación y otras organizaciones que se dedican a la prevención y tratamiento del cáncer, cada año el mensaje llegue más lejos y más pacientes han podido ser detectados en etapas primarias de la enfermedad, permitiendo así mayores posibilidades de recuperación.



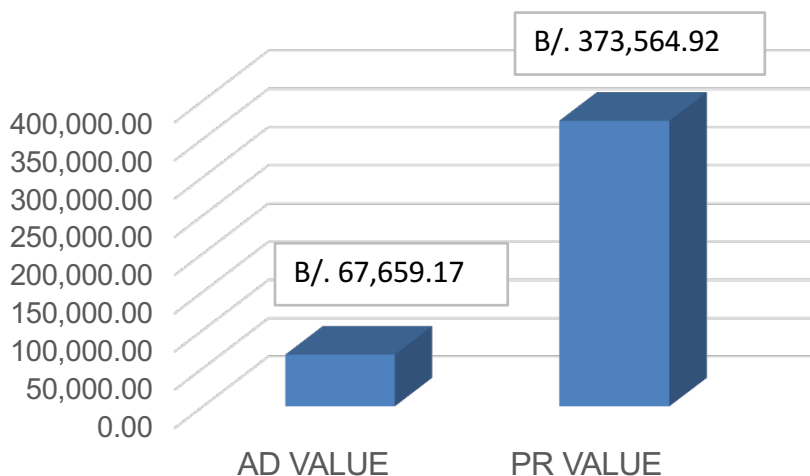
Actividades emprendidas

- Celebración del día del amor y la amistad.
- Celebración del día del Padre.
- Caminata Susie Thayer.
- Campaña Pink Power
- Campaña de prevención del cáncer colorectal.
- Campaña prevención del cáncer de piel.
- Campaña de donación de sangre.
- Mes de octubre, actividades relacionadas a la prevención del cáncer de mama y próstata.
- Campaña Yo Lucho.
- Celebración del Día de la Madre
- Envío de material informativo a medios de comunicación que contribuyeron a la concientización en la prevención y la realización de exámenes preventivos.
- Desarrollo de estrategias de comunicación digital involucrando las redes sociales de la fundación y la participación de influencers en nuestro país, quienes de forma desinteresada han apoyado desde sus redes llevando el mensaje a miles de seguidores.

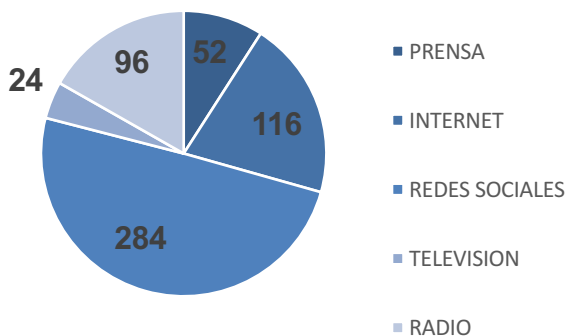
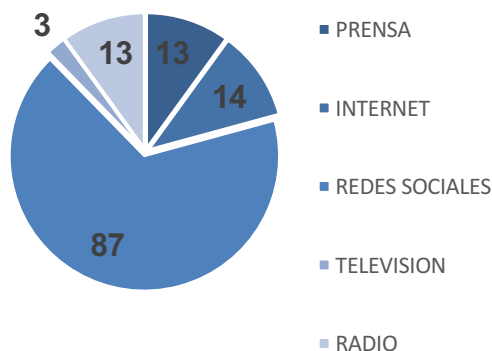


Informe de Gestión y Publicaciones

La cobertura obtenida producto de la gestión mediática realizada a FundaCáncer, ascendió a un valor publicitario de **B/. 67,659.17** y el valor agregado por Relaciones Públicas es reflejó un total de **B/. 373,564.92 (*)**.



Se detectaron un total de 130 publicaciones en el periodo, distribuidas de la siguiente manera: 13 en prensa escrita, Revistas o Suplementos, 14 en páginas web, 13 en Radio, 3 en Televisión, 87 en Redes Sociales.



130
Publicaciones

572
Hits

Se registraron 572 hits o veces en que fue mencionado el nombre del cliente, campaña, logo, voceros o evento dentro de las publicaciones

(*) La fórmula para la cuantificación que describe la valoración de RRPP se ha incluido al final del presente reporte bajo el título: "PR VALUE Fórmula del porcentaje de Relaciones Publicas".

REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS FUNDACÁNCER

Prensa								
#	Fecha	Medio	Sección	Titular	Tamaño	Hit	AD VALUE	PR VALUE
1	30/03/2016	Amarilo	Gente Panamá	Alexandra Castro Novey, enfocada en la vida	2 pág.	3	B/. 3,000.00	B/. 16,500.00
2	08/07/2016	La Crítica	nacional	Famosos apoyan caminata	4P x 4C	3	B/. 296.00	B/. 1,628.00
3	22/07/2016	Ellas	Agenda	Caminata Susie Thayer	1/6 pág	5	B/. 300.00	B/. 1,650.00
4	25/07/2016	A uno	Responsabl e	Apoyo invaluable a los pacientes con cáncer	1 pág.	3	B/. 1,686.00	B/. 9,273.00
5	27/07/2016	La Prensa	reseña empresarial	Anuncian XVII Caminata Familiar Susie Thayer	7P x 3C	4	B/. 420.00	B/. 2,310.00
6	12/08/2016	Ellas	Agenda	Caminata Susie Thayer	1/5 pág.	3	B/. 360.00	B/. 1,980.00
7	25/08/2016	Metro libre	vida	CMP apoya a Fundacáncer	5P x 2C	3	B/. 150.00	B/. 825.00
8	25/08/2016	Mia	Notas	Caminar por la vida	1/3 pág.	4	B/. 366.67	B/. 2,016.67
9	26/08/2016	La Estrella	Gentre y Eventos	Respaldo a Caminata Susie Thayer	5p x 3C	5	B/. 225.00	B/. 1,237.50
10	29/08/2016	La Crítica	Al cierre	Exitosa Caminata Susie Thayer	7P x 3C	7	B/. 388.50	B/. 2,136.75
11	29/08/2016	La Prensa	primera plana	Iniciativa contra el cáncer	7P x 4C	5	B/. 560.00	B/. 3,080.00
12	29/08/2016	Metro Libre	deportes	Miles caminaron en la cinta costera	6P x 6C	5	B/. 90.00	B/. 495.00
13	29/08/2016	Mi Diario	Mi Escenario	Participacion	4P x 4C	2	B/. 192.00	B/. 1,056.00
total						52	B/. 8,034.17	B/. 44,187.92

REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS FUNDACÁNCER

Internet							
#	Fecha	Medio	Sección	Titular	Hit	AD VALUE	PR VALUE
14	08/07/2016	La Prensa	Salud/Ciencia	El 28 de agosto se realizará la XVII Caminata Familiar Susie Thayer	10	B/. 300.00	B/. 1,650.00
15	28/07/2016	The visitor	El visitante	Fundacáncer anuncia Camina Familiar Susie thayer	6	B/. 300.00	B/. 1,650.00
16	01/08/2016	Lobby	Artwork	XVII Caminata Susie Thayer	12	B/. 300.00	B/. 1,650.00
17	01/08/2016	PR noticias	Ultimas noticias	XVII Caminata Susie Thayer	10	B/. 300.00	B/. 1,650.00
18	07/08/2016	tucomunidad.co m.pa	comunidad	Anuncian la XVII Caminata Familiar Susie Thayer	6	B/. 300.00	B/. 1,650.00
19	10/08/2016	Siempre eventos	add event	XVII Caminata Susie Thayer	3	B/. 300.00	B/. 1,650.00
20	15/08/2016	Atletico Chiriquí	Inicio	Apoya la lucha con el cáncer en la Caminata Familiar Susie Thayer	5	B/. 300.00	B/. 1,650.00
21	15/08/2016	Telemetro.com	Inicio	La Caminata Familiar Susie Thayer ya tiene fecha	6	B/. 300.00	B/. 1,650.00
22	26/08/2016	La Estrella	Sociales	Respaldo a la Caminata Familiar Susie Thayer	7	B/. 300.00	B/. 1,650.00
23	27/08/2016	Panamaon	Inicio	Uber Panamá apoya la XVII Caminata Familiar Susie Thayer	5	B/. 300.00	B/. 1,650.00
24	28/08/2016	Metro Libre	Inicio	Hoy es la Caminata Familiar Susie Thayer	6	B/. 300.00	B/. 1,650.00
25	29/08/2016	Amanece	Noticias	Realizan la Caminata Familiar Susie Thayer	8	B/. 300.00	B/. 1,650.00
26	03/09/2016	TVN	Nacionales	Realizan la XVII Caminata Familiar Susie Thayer	4	B/. 300.00	B/. 1,650.00
27	05/09/2016	mastrip.net	Eventos	La Caminata Familiar Susie Thayer 2016	28	B/. 300.00	B/. 1,650.00
total					116	B/. 4,200.00	B/. 23,100.00

REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS FUNDACÁNCER

Redes Sociales						
#	Fecha	Medio	usuario	Hit	AD VALUE	PR VALUE
28	ago-16	Instagram	Abandapty	3	B/. 100.00	B/. 550.00
29	ago-16	Instagram	Abdielabdul	4	B/. 100.00	B/. 550.00
30	ago-16	Instagram	alcaldiadecolon	4	B/. 100.00	B/. 550.00
31	ago-16	Instagram	alcaldiadecolon	3	B/. 100.00	B/. 550.00
32	ago-16	Instagram	Arlymayoung	3	B/. 100.00	B/. 550.00
33	ago-16	Instagram	Arlymayoung	3	B/. 100.00	B/. 550.00
34	ago-16	Instagram	Arlymayoung	3	B/. 100.00	B/. 550.00
35	ago-16	Instagram	Arlymayoung	3	B/. 100.00	B/. 550.00
36	ago-16	Instagram	bellepanama	3	B/. 100.00	B/. 550.00
37	ago-16	Instagram	Bettinaromina	3	B/. 100.00	B/. 550.00
38	ago-16	Instagram	boceto_marketing	3	B/. 100.00	B/. 550.00
39	ago-16	Instagram	carolinabrid	3	B/. 100.00	B/. 550.00
40	ago-16	Instagram	clubdeleoneslachorrera	3	B/. 100.00	B/. 550.00
41	ago-16	Instagram	davidmj_edm	3	B/. 100.00	B/. 550.00
42	ago-16	Instagram	davidmj_edm	3	B/. 100.00	B/. 550.00
43	ago-16	Instagram	delyannearjona	3	B/. 100.00	B/. 550.00

REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS FUNDACÁNCER

Redes Sociales						
#	Fecha	Medio	usuario	Hit	AD VALUE	PR VALUE
43	ago-16	Instagram	delyannearjona	3	B/. 100.00	B/. 550.00
44	ago-16	Instagram	delyannearjona	3	B/. 100.00	B/. 550.00
45	ago-16	Instagram	elbolillo.net	3	B/. 100.00	B/. 550.00
46	ago-16	Instagram	fabulosa1005	3	B/. 100.00	B/. 550.00
47	ago-16	Instagram	fabulosa1005	3	B/. 100.00	B/. 550.00
48	ago-16	Instagram	franciscoherrera0503	3	B/. 100.00	B/. 550.00
49	ago-16	Instagram	fundación_soycomotu	3	B/. 100.00	B/. 550.00
50	ago-16	Instagram	fundación_soycomotu	3	B/. 100.00	B/. 550.00
51	ago-16	Instagram	fundación_soycomotu	3	B/. 100.00	B/. 550.00
52	ago-16	Instagram	glendamaya	3	B/. 100.00	B/. 550.00
53	ago-16	Instagram	glendamaya	3	B/. 100.00	B/. 550.00
54	ago-16	Instagram	glendamaya	3	B/. 100.00	B/. 550.00
55	ago-16	Instagram	Gloriaquintana18	3	B/. 100.00	B/. 550.00
56	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
57	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
58	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
59	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
60	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
61	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
62	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
63	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
64	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00

REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS FUNDACÁNCER

Redes Sociales						
#	Fecha	Medio	usuario	Hit	AD VALUE	PR VALUE
65	ago-16	Instagram	hospitalpaitilla	3	B/. 100.00	B/. 550.00
66	ago-16	Instagram	jcarlostapia	3	B/. 100.00	B/. 550.00
67	ago-16	Instagram	juanmanuel_hbl	3	B/. 100.00	B/. 550.00
68	ago-16	Instagram	juanmanuel_hbl	3	B/. 100.00	B/. 550.00
69	ago-16	Instagram	la_cascara	3	B/. 100.00	B/. 550.00
70	ago-16	Instagram	lataquilla.net	3	B/. 100.00	B/. 550.00
71	ago-16	Instagram	luchospada	3	B/. 100.00	B/. 550.00
72	ago-16	Instagram	maraarias	3	B/. 100.00	B/. 550.00
73	ago-16	Instagram	mrsaikoofficial	3	B/. 100.00	B/. 550.00
74	ago-16	Instagram	parodiaspty	3	B/. 100.00	B/. 550.00
75	ago-16	Instagram	patriciadeleonb	3	B/. 100.00	B/. 550.00
76	ago-16	Instagram	percyaraujo	3	B/. 100.00	B/. 550.00
77	ago-16	Instagram	pulakaya	3	B/. 100.00	B/. 550.00
78	ago-16	Instagram	rafapizzapanama	3	B/. 100.00	B/. 550.00
79	ago-16	Instagram	ricardoizaca507	3	B/. 100.00	B/. 550.00
80	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00

REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS FUNDACÁNCER

Redes Sociales						
#	Fecha	Medio	usuario	Hit	AD VALUE	PR VALUE
81	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00
82	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00
83	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00
84	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00
85	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00
86	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00
87	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00
88	ago-16	Instagram	ritmo929	3	B/. 100.00	B/. 550.00
89	ago-16	Instagram	robamorena	3	B/. 100.00	B/. 550.00
90	ago-16	Instagram	sheldrysaetz	3	B/. 100.00	B/. 550.00
91	ago-16	Instagram	uber_panama	3	B/. 100.00	B/. 550.00
92	ago-16	Instagram	uber_panama	3	B/. 100.00	B/. 550.00
93	ago-16	Instagram	zulemin1971	3	B/. 100.00	B/. 550.00
94	ago-16	Instagram	zulemin1971	3	B/. 100.00	B/. 550.00
95	ago-16	Instagram	aguacristalinapanama	3	B/. 100.00	B/. 550.00
96	ago-16	Instagram	aguacristalinapanama	3	B/. 100.00	B/. 550.00
97	ago-16	Instagram	aguacristalinapanama	3	B/. 100.00	B/. 550.00

REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS FUNDACÁNCER

Redes Sociales						
#	Fecha	Medio	usuario	Hit	AD VALUE	PR VALUE
97	ago-16	Instagram	aguacristalinapanama	3	B/. 100.00	B/. 550.00
98	ago-16	Instagram	albankpanama	3	B/. 100.00	B/. 550.00
99	ago-16	Instagram	bloglaguarderiadem	3	B/. 100.00	B/. 550.00
100	ago-16	Instagram	bmrvg	3	B/. 100.00	B/. 550.00
101	ago-16	Instagram	campamento58	3	B/. 100.00	B/. 550.00
102	ago-16	Instagram	buscapromostpty	3	B/. 100.00	B/. 550.00
103	ago-16	Instagram	womennews	3	B/. 100.00	B/. 550.00
104	ago-16	Instagram	universaltravelpty	3	B/. 100.00	B/. 550.00
105	ago-16	Instagram	ucp507	3	B/. 100.00	B/. 550.00
106	ago-16	Facebook	Domil Lehider	5	B/. 250.00	B/. 1,375.00
107	ago-16	Facebook	Domil Lehider	5	B/. 250.00	B/. 1,375.00
108	ago-16	Facebook	San francisco news	4	B/. 250.00	B/. 1,375.00
109	ago-16	Facebook	San francisco news	6	B/. 250.00	B/. 1,375.00
110	ago-16	Facebook	San francisco news	5	B/. 250.00	B/. 1,375.00
111	ago-16	Facebook	San francisco news	5	B/. 250.00	B/. 1,375.00
112	ago-16	Facebook	San francisco news	5	B/. 250.00	B/. 1,375.00
113	ago-16	Facebook	Lobby Panamá	7	B/. 250.00	B/. 1,375.00
114	ago-16	Facebook	Revista Auno	6	B/. 250.00	B/. 1,375.00
			Total	284	B/. 10,050.00	B/. 56,275.00

REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS FUNDACÁNCER

Televisión								
#	Fecha	Medio	Programa	Detalle	Duración	Hit	AD VALUE	PR VALUE
115	ago-16	Telemetro	Tu mañana	enttrevista	0:20:00	8	B/. 23,000.00	B/. 126,500.00
116	ago-16	NextTV	Noticiero Matutino	entrevista	0:15:00	8	B/. 9,000.00	B/. 49,500.00
117	ago-16	Next tv	Aji	entrevista	0:15:00	8	B/. 6,600.00	B/. 36,300.00
Subtotal						24	B/. 38,600.00	B/. 212,300.00

Radio							
#	Fecha	Medio	Detalle	Duración	Hit	AD VALUE	PR VALUE
118	ago-16	YXY	Entrevista	0:20:00	5	B/. 340.00	B/. 1,870.00
119	ago-16	Caliente	Entrevista	0:20:00	8	B/. 360.00	B/. 1,980.00
120	ago-16	Telemetro	Entrevista	0:20:00	8	B/. 800.00	B/. 4,840.00
121	ago-16	RPC radio	Entrevista	0:20:00	8	B/. 1,400.00	B/. 7,700.00
122	ago-16	Radio Panamá	Entrevista	0:20:00	8	B/. 560.00	B/. 3,080.00
123	ago-16	Radio Panamá	Entrevista	0:20:00	8	B/. 560.00	B/. 3,080.00
124	ago-16	Super Q	Entrevista	0:20:00	8	B/. 560.00	B/. 3,080.00
125	ago-16	Super Q	Entrevista	0:20:00	8	B/. 560.00	B/. 3,080.00
126	ago-16	La maxima	Entrevista	0:20:00	10	B/. 360.00	B/. 1,980.00
127	ago-16	Power	Entrevista	0:20:00	10	B/. 300.00	B/. 1,650.00
128	ago-16	Fabulosa estero	Entrevista	0:20:00	5	B/. 400.00	B/. 2,200.00
129	ago-16	Radio Mia	Entrevista	0:20:00	5	B/. 300.00	B/. 1,650.00
130	ago-16	Radio María	Entrevista	0:20:00	5	B/. 275.00	B/. 1,512.00
Subtotal					96	B/. 6,775.00	B/. 37,702.00
total					572	B/. 67,659.17	B/. 373,564.92

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE PIEL



"El cáncer de piel no discrimina. No pienses que por ser moreno el sol no te hace daño, todos estamos expuestos a los efectos dañinos del sol, en tus manos está cuidarte. Usa siempre protector solar y ropa adecuada y protege a tus hijos"

Kayata y Karen Chalmers



El daño causado por el sol no se ve y se acumula toda la vida, esta en tus manos prevenir el cáncer de piel.

FundacionCancer
 @FundacionCancer
 FundacionCancer
 www.fundacioncancerpanama.org



"Panamá, el país del eterno verano. Disfrutamos de la naturaleza, playas y del sol, pero hay que aprender a cuidarse usando bloqueador. El índice de cáncer de piel está aumentando de una manera impresionante y la solución está en tus manos. Dile no al cáncer de piel."

Paulette Thomas



El daño causado por el sol no se ve y se acumula toda la vida, esta en tus manos prevenir el cáncer de piel.

FundacionCancer
 @FundacionCancer
 FundacionCancer
 www.fundacioncancerpanama.org

Página 12
Martes 19 de enero de 2016
midia@eldiario.com

mi Escenario

¡No al cáncer de piel!

8 CIRUGÍAS
Paulette es una sobreviviente de este cáncer y aconseja protegerse.

FAMOSOS DEL PATIO PIDEN QUE TE CUIDES

EVELYN VIZCAÍNO
Foto: Elyse Fernández

La cosa no es relajó. Con el arranque del verano y la pronta celebración de los carnavales, FundaCáncer inicia su campaña contra el cáncer de piel.

Esta campaña, que incluye a famosos del patio que han padecido la enfermedad y otros que apoyan a la institución, reveló que el cáncer de piel está entre los primeros lugares de padecimiento y se acrecentó con el fenómeno de El Niño.

En la conferencia de prensa celebrada se destacó que todos los martes se hacen revisiones en el Hospital Oncológico y en mayo habrá revisión masiva. Personalidades como Pucha García, Kayata, Paulette Thomas, Karen Peralta y Jessica Regueira se han unido a este movimiento de prevención por distintas razones.

Por ejemplo, Pucha es una mujer que vive expuesta al sol por su profesión como surfista. Ella nos comentó que pidió estar en esta campaña, ya que conoce la intensidad en la que están los rayos solares por estos días y siempre se protege.

Kayata le mandó un mensaje a la "black community", "No por tener una piel como la de nosotros estamos fuera de peligro, igual nos da (el cáncer)", explicó.

Karen Peralta le habla a la gente del campo que está expuesta a diario al sol por la faena.

VÍCTIMAS
Jessica Regueira reveló que al tener sus sospechas de que estaba padeciendo de este tipo de cáncer fue a FundaCáncer y allí le dijeron qué tenía que hacer.

"Hoy por hoy, fui operada 4 veces, solo puedo estar al sol a ciertas horas y con mucho protector solar, ahora soy voluntaria e imagen", agregó.

Paulette es una sobreviviente y recomienda mucho el uso del protector solar. Aunque no lo crean, ha sido operada ocho veces y está sana y apoyando a FundaCáncer.

A través de las redes de FundaCáncer, puedes apoyar con el hashtag #nolacancerdepel.

CAMPAÑA. El cáncer no discrimina ni a famosos ni clases.

CELEBRACIÓN DÍA DEL PADRE EN FUNDACÁNCER

Nuevamente y gracias al apoyo de nuestros patrocinadores pudimos llevar adelante la celebración del Día del Padre en las instalaciones del Instituto Oncológico Nacional, alegrando el día a padres hospitalizados, en tratamiento o solamente de visita.



CAMPAÑA #YOLUCHO

Nuestros colaboradores y la empresa se volcaron en esta campaña, que busca lograr que la frase sea utilizada como hashtag en instagram y twitter para recolectar fondos para Fundacáncer y así apoyar sus proyectos. La promovimos a nivel de nuestras redes y a través de los periodistas de diferentes medios de comunicación.

La iniciativa logró una recaudación de US\$75,000.00



CAMINATA SUSIE THAYER

Principal evento de recaudación de fondos de Fundacáncer, los cuales este año estuvieron destinados a la compra de diversos equipos para la organización y almacenamiento de información de los pacientes en el Instituto Oncológico Nacional, además de ventiladores y camas para el área de cuidados intensivos.



Algunas publicaciones logradas

MODA



Pasarela vestida de rosa

MODA POR UNA CAUSA

TEXTO: DIANA SOTO, HERNÁNDEZ RIVERA, RAÚL MENDOZA

Ya se ha convertido en tradición desarrollar actividades en octubre para crear conciencia sobre la detección temprana del cáncer de mama.

Una de ellas fue la pasarela Pink Carpet, en el centro comercial Alcatraz Mall, que tenía como objetivo recaudar fondos para Fundación.

En ella, 30 diseñadores nacionales presentaron diseños en color rosa.

También hubo una sesión de música serena, en la que niñas modelaron camisetas con mensajes inspiradores sobre la prevención de la enfermedad.

Además, siempre está presente en el evento comercial ofreciendo productos alusivos al mes de la clínica, rosales y otras ventas íctas destinadas a las organizaciones que apoyan a los pacientes que están en tratamiento.

También estuvo presente la Orquesta Sinfónica, que tuvo piano para amenizar la velada.



60 **ELLAS FACHADA**

Ciudad de Panamá, Lunes 10 de octubre de 2016 **El Siglo** 23

Play

• Paola Schmitt lleva un mensaje de sensibilización a las mujeres

Venció al cáncer para dar su testimonio

KATHERYN QUINTERO M.
Escritora

LUCHADORA

Tener que enfrentar el cáncer, mantener el equilibrio mental y ver por su familia en la realidad de muchas mujeres en nuestro país.

Entre ellas, algunas han vencido la enfermedad y ahora dan su testimonio para empoderar a las mujeres y alertarlas a que detecten la enfermedad a tiempo.

Esto es el caso de Paola Schmitt, madre de dos pequeñas niñas y quien fue diagnosticada con la enfermedad que la pudo llevar a la muerte de no ser asistida con su madre sobre un cuerpo extraño que palpó en sus mamas durante un susto.

"Fui al médico y me dijo que no era nada malo, pero ya seguía sintiendo algo en mi seno, solo bastaron 15 días para que creciera. Si hubiera esperado más, otra hubiera sido mi historia", contó Schmitt.

Tres los tratamientos recibidos para salir a otra de esta enfermedad ha dedicado ser más de vida.

La técnica afecta

A punto de Schmitt, además de los chequeos frecuentes, una manera de evitar esta enfermedad es de

circunvalar el cuerpo de todo lo dudoso que hay en el entorno y no solo se refiere a los alimentos.

Sigüeme a entender (que) estoy me alocaba, aprendí a soltar cosas y dejar de preocuparme.

Charla

La experiencia de Schmitt fue contada en la charla "Gaceras Rosadas" de Foré, la cual promueve la conversación acerca del cáncer de mama y acerca en la recolección de fondos para que organizaciones sin fines de lucro ofrezcan servicios a la comunidad.



RECE

Información privada a través, sigue la práctica vital para en @siglo digital

RULETA!

LUNES DE SALUD

Exposición fue impulsada por la Imprenta Autógrafa Para.

17 **METRO LIBRE (PANAMA), MIÉRCOLES 12 DE OCTUBRE DE 2016**

VIDA & Cultura

Mujeres caminarán en tacones por el cáncer

Organizadores esperan que los hombres apoyen a las damas, y tienen conciencia sobre el cáncer de

KASOLINE SANTANA
superviviente de cáncer de mama

Este domingo, en el Centro Comercial Alcatraz Mall se hará por primera vez la gira Caminata en Tacones, que se llevará a cabo a las 12:00 p.m. en el Pabellón de la Fiebre y saldrán en el Pabellón del Ruido. Nadia Ojeda, directora de Marketing y Ventas del mall, explicó que este día se va a reunir a las damas de la ciudad en particular porque el color de la campaña es "Fragancia de mujer".

Los tacones hacen parte de la vida de las mujeres, pero al caminar en ellos, hay que tener cuidado de no caer. Esto es lo que se busca con esta actividad, que se llevará a cabo en el Centro Comercial Alcatraz Mall, que se llevará a cabo a las 12:00 p.m. en el Pabellón de la Fiebre y saldrán en el Pabellón del Ruido. Nadia Ojeda, directora de Marketing y Ventas del mall, explicó que este día se va a reunir a las damas de la ciudad en particular porque el color de la campaña es "Fragancia de mujer".

Estadísticas

La OMS estima que la incidencia anual de cáncer de mama en el mundo es de 1.7 millones de casos por año y se estima de 200 millones de personas que padecen cáncer de mama en el mundo, en Panamá.

Los tacones hacen parte de la vida de las mujeres, pero al caminar en ellos, hay que tener cuidado de no caer. Esto es lo que se busca con esta actividad, que se llevará a cabo en el Centro Comercial Alcatraz Mall, que se llevará a cabo a las 12:00 p.m. en el Pabellón de la Fiebre y saldrán en el Pabellón del Ruido. Nadia Ojeda, directora de Marketing y Ventas del mall, explicó que este día se va a reunir a las damas de la ciudad en particular porque el color de la campaña es "Fragancia de mujer".

Avanza el 'Poveda Tuna Show'

El 13 de octubre se llevará a cabo el espectáculo "Poveda Tuna Show" en el Centro Comercial Alcatraz Mall, que se llevará a cabo a las 12:00 p.m. en el Pabellón de la Fiebre y saldrán en el Pabellón del Ruido. Nadia Ojeda, directora de Marketing y Ventas del mall, explicó que este día se va a reunir a las damas de la ciudad en particular porque el color de la campaña es "Fragancia de mujer".

Listos para Premios Diva

El 13 de octubre se llevará a cabo el espectáculo "Premios Diva" en el Centro Comercial Alcatraz Mall, que se llevará a cabo a las 12:00 p.m. en el Pabellón de la Fiebre y saldrán en el Pabellón del Ruido. Nadia Ojeda, directora de Marketing y Ventas del mall, explicó que este día se va a reunir a las damas de la ciudad en particular porque el color de la campaña es "Fragancia de mujer".

LVI versión de la Feria

El 13 de octubre se llevará a cabo el espectáculo "LVI versión de la Feria" en el Centro Comercial Alcatraz Mall, que se llevará a cabo a las 12:00 p.m. en el Pabellón de la Fiebre y saldrán en el Pabellón del Ruido. Nadia Ojeda, directora de Marketing y Ventas del mall, explicó que este día se va a reunir a las damas de la ciudad en particular porque el color de la campaña es "Fragancia de mujer".



Algunas publicaciones logradas

Participaron celebridades con gran influencia en la comunidad nacional

Famosas teñidas de rosa

Las 'chollywoodenses' posaron para la lente de Wilmer Acosta, reconocido fotógrafo y productor.

Deleste Record
www.delester.com
@delestercom

Este mes, las famosas del puto se suman a diferentes campañas contra el cáncer de mama.

Mónica "Lola" Díaz, Ingrid De Vries, Gabriela Deventer, Priscila Krumholz, Marcela Barajas, Maicol Mui, Carolina Fábrega, Gaby Garrido, Ana Karina Abrego y Mirella Morales son las embajadoras de Fundación Rosa Sí por la Vida.

El pasado martes, en el Museo de Arte Contemporáneo, fue el lanzamiento oficial de esta campaña fotográfica con causa.

Para ello, la organización suscitó a las mujeres que promueven "la salud desde la belleza" y la política que identifica esta causa en "prevención", una campaña de sensibilización, pero que detectada a tiempo puede salvar la vida de una mujer.

Las imágenes que se le fue presentando a los asistentes fueron tomadas por el fotógrafo Wilmer Acosta, quien se encargó de capturar a las celebridades en un momento íntimo y personal.

Entre ellas, se encuentran a las actrices Mónica "Lola" Díaz, Ingrid De Vries, Gabriela Deventer, Priscila Krumholz, Marcela Barajas, Maicol Mui, Carolina Fábrega, Gaby Garrido, Ana Karina Abrego y Mirella Morales.

El resultado fotográfico de esta campaña con causa está compuesto de una serie de cuadros que se exhibirán en una galería y virtual, tiene como objetivo recaudar fondos destinados a financiar la valiosa labor de Fundación Rosa Sí por la Vida.

Entre ellas, se encuentran a las actrices Mónica "Lola" Díaz, Ingrid De Vries, Gabriela Deventer, Priscila Krumholz, Marcela Barajas, Maicol Mui, Carolina Fábrega, Gaby Garrido, Ana Karina Abrego y Mirella Morales.

LE PIRENEA 10/11/2016 21:00

Contenido: 10/11/2016

+sociales

Pasarela rosada por la prevención del cáncer de mama

Una noche especial en el marco del mes de la prevención del cáncer de mama y la recaudación de fondos a Fundación Rosa Sí por la Vida.

En la Plaza de la Luna se realizó una pasarela de modas para apoyar la lucha contra el cáncer de mama en este mes.

Entre ellas, se encuentran a las actrices Mónica "Lola" Díaz, Ingrid De Vries, Gabriela Deventer, Priscila Krumholz, Marcela Barajas, Maicol Mui, Carolina Fábrega, Gaby Garrido, Ana Karina Abrego y Mirella Morales.

El resultado fotográfico de esta campaña con causa está compuesto de una serie de cuadros que se exhibirán en una galería y virtual, tiene como objetivo recaudar fondos destinados a financiar la valiosa labor de Fundación Rosa Sí por la Vida.

Entre ellas, se encuentran a las actrices Mónica "Lola" Díaz, Ingrid De Vries, Gabriela Deventer, Priscila Krumholz, Marcela Barajas, Maicol Mui, Carolina Fábrega, Gaby Garrido, Ana Karina Abrego y Mirella Morales.

Persepolis / Domingo 10 de octubre 2016

ey! Gente con Estilo | 12

Pasarela benéfica 'Rosa sí por la vida'

Recientemente en la Plaza de la Luna se realizó una radiante pasarela de modas para apoyar la lucha contra el cáncer de mama en este mes.

Entre ellas, se encuentran a las actrices Mónica "Lola" Díaz, Ingrid De Vries, Gabriela Deventer, Priscila Krumholz, Marcela Barajas, Maicol Mui, Carolina Fábrega, Gaby Garrido, Ana Karina Abrego y Mirella Morales.

El resultado fotográfico de esta campaña con causa está compuesto de una serie de cuadros que se exhibirán en una galería y virtual, tiene como objetivo recaudar fondos destinados a financiar la valiosa labor de Fundación Rosa Sí por la Vida.

Entre ellas, se encuentran a las actrices Mónica "Lola" Díaz, Ingrid De Vries, Gabriela Deventer, Priscila Krumholz, Marcela Barajas, Maicol Mui, Carolina Fábrega, Gaby Garrido, Ana Karina Abrego y Mirella Morales.

El evento contó con la participación de Paola Schmitt, una guerrera rosada y "coach" de vida, así como también de modelos profesionales y sobrevivientes.

Entre ellas, se encuentran a las actrices Mónica "Lola" Díaz, Ingrid De Vries, Gabriela Deventer, Priscila Krumholz, Marcela Barajas, Maicol Mui, Carolina Fábrega, Gaby Garrido, Ana Karina Abrego y Mirella Morales.

PERSONAJE



Dentro del hotel Washington, uno de los lugares favoritos de Ariana y un icono de Colón.

caló el año. No todos los lugares son peligrosos como piensa la gente o como sus edificaciones, muchas en gran deterioro, le reflejan. Esas estructuras que parecen a punto de caer y que esconden un encanto arquitectónico.

Y Ariana lo apreció cuando llegó a Colón. Con las restauraciones reparadas, la ciudad podría convertirse en un vistoso casco antiguo como lo es San Felipe en Panamá o como un Viejo San Juan en Puerto Rico. Restaurantes, tiendas, lugares para vivir, espacios para caminar, una ciudad turística.

"Es totalmente recuperable, es una ciudad que tiene las calles muy bien marcadas, totalmente delimitadas. Son direcciones exactas".

Sus lugares favoritos en la provincia son la Catedral de la Inmaculada Concepción (donde bautizó a su segunda hija, Alegría), el hotel Washington, con su jardín en la parte frontal; el mercado público "un lugar muy pintoresco, muy de Colón, puedes ver realmente lo que es de aquí"; el fuerte Sherman; y la vista cuando pasa por la represa Madden.

Cuando la conjet en persona, Ari vestía una camisa blanca (sus favoritas), una falda larga de estampados florales y unos tacones altos. Nos mostró un restaurante pequeño y sencillo, en plena calle 5, que ella suele recomendar a la gente que visita Colón y quiere comer comida caribañera. La calle para llegar la encontramos cerrada porque estaba en construcción (como muchas calles actualmente en la ciudad). Se bajó de su carro con sus tacones, y tomando la falda con sus manos, sorteando algunos charcos, bordeando la construcción, nos guió hasta el sitio.

Mientras acompañó a su esposo en su campaña, visitó comunidades muy pobres, entró a todas las barriacas y eso se lo recuerda a las personas que en un principio le decían que no era colostense. "Me ha recorrido todo el distrito de Colón, me conozco cada corregimiento".

Está amante de que vive en una ciudad que tiene muchas necesidades. "Cuando tú vives en [la ciudad] Panamá te mueres en un círculo muy reducido y en áreas muy bonitas. Cuando vives en la ciudad de Colón, todo está molesto, lo ves con los brazos. Ya la necesidad realmente de cosas, ves la pobreza al lado tuyo".

Recordó cómo justo en una calle había un indigente al que habían abandonado. La gente le decía que había que hacer algo y se le buscó un lugar que acogiera a personas en esta condición.

"No puedo ser indiferente a la realidad que vivo, es lógico. Si en algún momento tuviera una necesidad o

PERSONAJE

mis hijas, también quisiera que alguien le diera la mano".

Aunque como esposa del alcalde no tenga un puesto por se, ella se ha involucrado en temas sociales y culturales. Comenzó a visitar fundaciones como Mujeres Colostenses en Camino (Museo), que brinda talleres a las mujeres para desempeñarse independientemente; Remem, un lugar de rehabilitación para hombres con problemas de drogas y alcohol; y Casa Esperanza; y retomó la celebración de la fundación de la ciudad de Colón, el 27 de febrero, que se había dejado de festejar.

La buena estudiante, la independiente

Puede leerse un libro en un viaje largo en avión y otro al regreso. Le gusta leer biografías o historias de la vida real. A sus cuatro años su mamá se sentaba junto a ella a leerle. De ella quizás también heredó su gusto por la

música típica. Su mamá nació en Santiago de Veraguas y se crió toda su vida en Panamá; de joven participó en un conjunto típico.

Recuerda que sus papás siempre fueron estrictos con ella. En la mayoría y tiene un hermano nueve años menor. Estudió en la Universidad Santa María la Antigua y "era muy buena estudiante", asegura. Se graduó seis meses antes de lo previsto.

Tuvo su primer trabajo mientras estudiaba; una práctica profesional en la restauración de la Catedral Metropolitana en 2003. Después, consiguió un trabajo en la oficina del Casco Antiguo. Cursó una maestría en Diseño de Interiores en Florencia, Italia; regresó a Panamá y después se fue a Estados Unidos por cinco meses para una práctica.

"Desde que era niña mi papá me decía 'tienes que estudiar porque tienes que trabajar para que nadie te



Junto a sus hijas: Danna, de 7 años, y Alegría, de 1 año.

58 ELLAS ENTRE NOS

02/08/16

60 ELLAS ENTRE NOS

02/08/16

PERSONAJE

no estaba en el rango de edad para hacerse una mamografía, podía proceder con un ultrasonido mamario.

"Lastimosamente, en Panamá eso no lo promocionan, muchas mujeres no lo saben, que desde los 20 años ya puedes hacer un ultrasonido en las mismas porque yo el cáncer atacó desde adolescentes hasta veinteañeras".

Una vez hecha la revisión le recomendaron quitarse el bulto. La cirugía fue un lunes en la ciudad de Panamá. El 29 de diciembre de 2015, un día después del procedimiento, recibió el diagnóstico. El doctor que la había operado llamó a su papá -que es cardiólogo- y llamó al esposo de Ariana. Fue él quien le dio la noticia. Ariana en ese momento tenía 32 años y su segunda hija era una bebé de tan solo cinco meses.

El tumor estaba en una etapa inicial; era tratable, pero lo que venía sí era muy difícil. "El tratamiento de la quimioterapia es algo muy agresivo. Lo que me tocaba era duro".

Recibió el Año Nuevo como solita haciendo, en la casa de playa de sus padres. Continuó con su vida normal y en enero se vistió con su pollera de gala para acompañar a su esposo en el Desfile de las Mil Volantes, en Las Tablas. Él era el abanderado. Ella, que siempre le han gustado el típico y las ferias (se sabe todas las canciones de Víctor Vergara), no se lo podía perder. "Hicimos todo el camino del desfile. Me encantó. Nunca había ido".

Justo después del desfile le hicieron una segunda operación: una cuadrantectomía para quitarle un pedazo del seno y ampliar los bordes donde estaba el cáncer. También le retiraron varios ganglios.

En un principio no le comentó a nadie sobre el diagnóstico. No quería que la gente sintiera lástima por ella. Ahora, con todo lo que ha vivido, le parece tonto haber pensado así.

Siempre ha sido extrovertida, muy loca, tiene un carácter fuerte y no se queda callada. Expone lo que pigra. "Si algo no me gusta le lo digo. Creo que las personas deben expresar lo que sienten siempre con un grado de respeto".

Decidió compartir su historia en una de las redes

sociales que más le gusta: Instagram. Publicó una imagen junto a su bebé, con un mensaje escrito en su mano: "Yo puedo vencer el cáncer".

La gente empezó a escribirle; personas que tenían muchos años sin saber de ellas lo contactaron. "Es muy lindo cuando la gente te escribe porque te da muchos ánimos". También hubo una parte desagradable. Ser la esposa de un político le expone a ciertos comentarios del mal gusto.

"Siempre hay un tanto por ahí. Recuerdo que dijeron que eso era mentira, que no estaba enferma, que era porque yo quería hacer política".

¿Y qué hizo Ari en esa situación? Simplemente las ignoró.

"Al principio, cuando mi esposo entró a la Alcaldía, me afectaba muchísimo. Una persona que ha vivido toda su vida haciendo lo que le gusta, diciendo lo que piensa, teniendo una vida muy cómoda, es muy difícil entrar en una vida pública, donde estás bajo la lupa y donde la gente no solo te va a criticar -que las críticas no es lo malo-, sino que van a inventar cosas".

La quimioterapia no programó para el jueves después de Carnaval y un día antes donó su cabello. Modó 13 pañuelos. Se lo cortó bien bajo. Pasó por ocho sesiones de quimioterapia, una cada dos semanas. A la segunda se le comenzó a caer el cabello. Un día fue al salón de belleza y se rapó. "La quimio es tan brutal que el cabello es lo de menos".

Su cutánea le había regalado unos turbantes antes de que se le cayera el cabello y también se compró una peluca. Los turbantes le resultaron tan prácticos que al final nunca usó la peluca.

La enfermedad no borró su sonrisa, menos su actitud. Para ella lo que estaba viviendo era solo una etapa. Hace seis años su abuela materna había fallecido por cáncer de estómago. "Decía que mi abuela murió, mi mamá me decía que ella sentía que mi abuela se había deprimido mucho y eso había ayudado la enfermedad... a que se hubiera muerto tan rápido".

Ari no se iba a deprimir. Se dijo a sí misma que iba a continuar haciendo sus cosas, no se iba a quedar enojada y nunca iba a salir de casa sin maquillaje.

Cuando perdió el cabello, Ariana se hizo esta sesión de fotos tomada por su primo Camilo Lyons-Young.

56 ELLAS ENTRE NOS

02/08/16



Ariana siempre ha sido muy activa y deportista. A la izquierda, practicando canoa. Abajo, en una caminata junto a su primera hija, Danna. Abajo a la izquierda, en la Caminata Susie Thayer este año con su esposo Federico Párraga, alcalde de Colón.

iba a salir bien arreglada "como si nunca me hubiera pasado nada". A veces ella salía a la calle con muchas adusas, pero trataba de mantener en la cartera goma de masticar, galletitas o chocolate, lo que pudiera mastigar para quitar esa sequedad. Eso sí, bajó la intensidad de sus actividades y le prohibieron ir a lugares donde hubiera mucha gente.

En mayo terminó la quimioterapia y después vino la radioterapia; 35 sesiones, todos los días. Diariamente viajaba hasta la ciudad de Panamá. Terminó la radioterapia y en todos los exámenes de chequeo posteriores ha salido bien. El cáncer está en remisión.

Gracias a un buen seguro privado recuerda que a veces se quedaba al pagado porque era demasiado costoso, pudo hacer sus tratamientos en un hospital privado.

Colón, como un casco antiguo

Aunque siempre fue deportista, Ariana comenzó a correr por una apuesta con su esposo. Ella le había pedido que lo acompañara a caminar el Camino del Inca (hasta el Machu Picchu, en Perú, que toma tres días) y él puso su condición: Si ella caminaba de Sabalmitas a Portobelo, la acompañaba. Ella, decidida como es, respondió: "¡Vamos!". Y empezó a entrenar.

Hizo algunos medio maratones y ha participado en algunas carreras, pero aún no ha cumplido la condición de su esposo.

En Colón corría como lo hacía en la cinta costera cuando vivía en Panamá. Cuando se mudó, su esposo, que nació y creció en la provincia atlántica, le guió por los lugares donde podía hacer ejercicio. "Colón no es como lo pintan", re-



Todos los días hay algo nuevo para ti en ELLAS.pa 57

Este año también incorporamos otro proyecto que calificamos en el área de los derechos humanos, ya que su rango de acción es sumamente amplio. Se trata del Día de las Buenas Acciones, proyecto que surge en Israel y por tercer año se estará llevando a cabo en Panamá. Hemos decidido ser patrocinadores en el área de comunicaciones y consecución de patrocinadores, además de administración del proyecto en si.

El proyecto se trata de realizar en un día específico una buena acción por el prójimo, por pequeña que sea, cuenta.

El año pasado se registraron más de 16,100 voluntarios que realizaron 387 buenas acciones registradas en la página web de la fundación por su magnitud.



JUPÁ, VOLUNTARIOS DE PANAMA , B'NAI B'RITH,
El Comité Organizador del Día de las Buenas Acciones
Panamá 2017 tiene el placer de invitarle a la rueda de
prensa en la cual se informarán los detalles de este proyecto

Fecha: Martes 15 de noviembre de 2016
Lugar: Torre Capital Bank Piso 12
Salón: Auditorium
Hora: 10:00 a.m.



R.S.V.P. darelys@plataformamarketing.com

#buenasaccionespty

Imagen difundida a través de nuestras redes, acompañada de mensaje de concienciación sobre las personas que padecen este síndrome y la importancia de integrarlos a la sociedad y no discriminarlos.



Promovimos e implementamos el minuto de silencio, iniciativa de la Fundación Oír es Vivir por la salud auditiva e integral debido al gran incremento de casos de pérdida auditiva causados por ejemplo por el uso de audífonos con niveles sonoros muy elevados.



COMPROMISO CON EL DERECHO A LA EDUCACIÓN

Continuamos con nuestro acuerdo con el Museo de Arte Contemporáneo referente al apoyo a nivel de comunicaciones de todas sus exhibiciones y programas.

En Plataforma Marketing estamos convencidos de que un pueblo sin cultura es un pueblo sin identidad, es por ello que apoyamos la divulgación de los diversos proyectos que realiza el MAC con el propósito de que más personas visiten el Museo.

El Museo de Arte Contemporáneo (MAC) es el único en su tipo que existe en la Ciudad de Panamá. Es una organización no-gubernamental (ONG) sin fines de lucro.

Actividades emprendidas – Algunas de las actividades realizadas en conjunto con el Museo

Cruzar el Océano: Exhibición de artistas chino-panameños en la cual se expuso tanto la visual de dicha comunidad desde su llegada a nuestro país para la construcción del Canal hasta obras más contemporáneas



Gran Subasta:

Subasta de obras de arte de artistas panameños en beneficio del programa Educarte. En esta ocasión se homenajeó al Maestro Venezolano Carlos Cruz-Diez-

Cena de Gala:

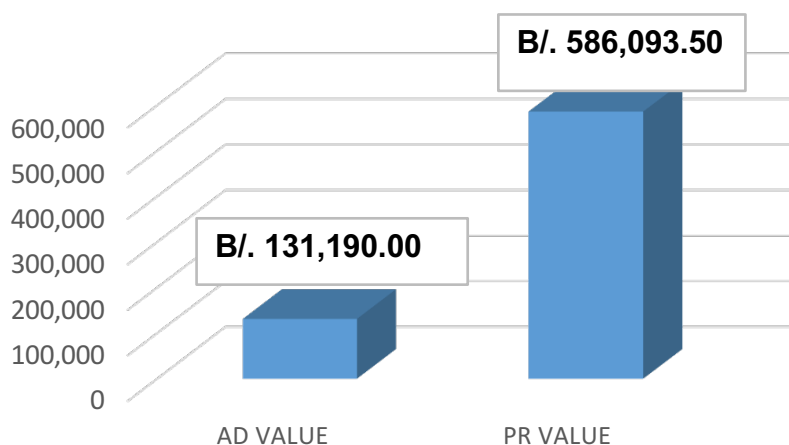
Principal evento de recaudación de fondos del Museo.

Concierto en honor al Maestro Alfredo De Saint Malo**Exhibición “Riberas” del Maestro David Solís****Muestra fotográfica Tohoku auspiciada por la Embajada del Japón**

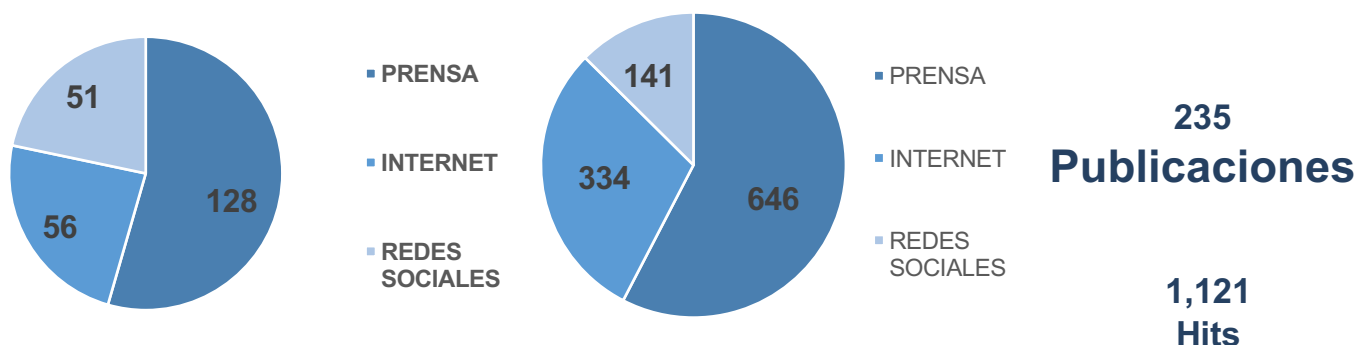
Foto Septiembre – Dedicada al fotógrafo Larry Fink, el evento contó con la presencia del artista



Informe de Gestión y Publicaciones



*Durante el año 2016 la cobertura obtenida producto de la gestión mediática realizada a el Museo de arte Contemporáneo ascendió a un valor publicitario de **B/. 131,190.00** y el valor agregado por Relaciones Públicas es reflejó un total de **B/. 586,093.50***



Se detectó un total de 235 publicaciones en el periodo, distribuidas de la siguiente manera: 128 en prensa, 56 en internet y 51 en redes sociales.

Se registraron 1,121 hits o veces en que fue mencionado el nombre del cliente, sucursales, tiendas, logo, voceros, servicios, marca o evento dentro de las publicaciones

() La fórmula para la cuantificación que describe la valoración de RRPP se ha incluido al final del presente reporte bajo el título: “PR VALUE Fórmula del porcentaje de Relaciones Publicas”.*

**REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS
MUSEO DE ARTE CONTEMPORANEO
(MAC) PANAMA**

Prensa								
#	Fecha	Medio	Sección	Titular	Tamaño	Hit	AD VALUE	PR VALUE
1	12/01/15	La Estrella de Panamá	Arte	Señales del tiempo	6 p x 2 C	5	B/. 144.00	B/. 288.00
2	12/01/15	El siglo	Play	La exposición de Alfredo Sinclair se inaugura hoy	7 p x 2c	4	B/. 32.00	B/. 112.00
3	12/03/15	Metro libre	vida	Mac cierra exhibiciones con Alfredo Sinclair	12p x 4 c	7	B/. 720.00	B/.3,600.00
4	12/03/15	La Estrella de Panamá	Eventos	señales del tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
5	12/03/15	La Estrella de Panamá	Eventos	Obra del Mestro	4p x 1c	5	B/. 60.00	B/. 300.00
6	04-10 /12/2015	El venezolano de panamá	Sociales	El MAC panamá presentó las "señales de un tiempo" de Alfredo Sinclair.	1 Pág.	11	B/. 800.00	B/.4,400.00
7	04/12/15	Ellas	Agenda	Sinclair, en el Mac	3p x 3 c	6	B/. 180.00	B/. 900.00
8	04/12/15	La Estrella de Panamá	Arte	Señales del tiempo	5 p x 2 c	5	B/. 120.00	B/. 420.00
9	04/12/15	El venezolano	cultura	Alfredo Sinclair en el Mac: Señales de un tiempo	1/5 pág. Hor	5	B/. 60.00	B/. 300.00
10	06/12/15	La Estrella de Panamá	Gente + Eventos	"señales del tiempo"	1 Pág.	9	B/. 15.00	B/. 82.50
12	12/06/15	La Estrella de Panamá	Arte	Señales de un tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
13	12/07/15	La Estrella de Panamá	actualidad	El MAC nos acerca a lo mejor de Sinclair	12P x 5 C	17	B/. 900.00	B/.4,950.00
14	12/07/15	La Estrella de Panamá	Arte	'señales del tiempo'	4 p x 2 c	5	B/. 96.00	B/. 336.00

**REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS
MUSEO DE ARTE CONTEMPORANEO
(MAC) PANAMA**

Prensa								
#	Fecha	Medio	Sección	Titular	Tamaño	Hit	AD VALUE	PR VALUE
15	12/10/15	La Estrella de Panamá	Arte	Señales de un tiempo	3 p x 1 c	4	B/. 36.00	B/. 126.00
16	12/11/15	Elas	Sociales	Sinclair, El maestro	2 pág	3	B/. 40.00	B/. 220.00
17	12/12/15	La Estrella de Panamá	Arte	Señales de un tiempo	3 p x 2 c	4	B/. 72.00	B/. 252.00
18	12/12/15	La prensa	+sociedad	Intentan crear Cultura antiviolencia	11 p x 6 c	2	1'320.00	B/.4,620.00
19	12/12/15	La Estrella de Panamá	Arte	Señales de un tiempo	4p x 1 c	4	B/. 48.00	B/. 576.00
20	14/12/2016	La Estrella de Panamá	Arte	señales del tempo	4 P x 2C	3	B/. 96.00	B/. 336.00
21	16/12/2015	Metro libre	Vida	Taller "postales Sinclairianas"	3 p x 4 c	3	B/. 180.00	B/. 360.00
22	18/12/2016	El Venezolano	Cultura	Taller "postales Sinclairianas"	5 p x 1 c	2	1.500.00	B/.5,250.00
23	27/12/2015	La critica	Opinión	Alfredo Sinclair Ballesteros 1914-2014	11p x 8c	5	B/. 88.00	B/. 484.00
24	31/12/2015	La Estrella de Panamá	Arte	Señales de un tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
25	01/01/16	La Estrella de Panamá	Arte	Señales de un tiempo	3 p x 1c	3	B/. 36.00	B/. 126.00
26	01/05/16	La Estrella de Panamá	Arte	Señales del tiempo	4p x 2c	3	B/. 96.00	B/. 336.00
27	01/06/16	La Estrella de Panamá	Arte	Señales del tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
28	01/07/16	La Estrella de Panamá	Arte	señales del tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
29	01/07/16	Mundo Social	Arte	trayectoria pictórica	1 pag.	5	B/.1,390.00	B/.7,645.00

**REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS
MUSEO DE ARTE COMTEMPORANEO
(MAC) PANAMA**

Prensa								
#	Fecha	Medio	Sección	Titular	Tamaño	Hit	AD VALUE	PR VALUE
30	01/08/16	La Estrella de Panamá	Arte	señales del tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
31	01/09/16	la Estrella de panamá	Arte	señales del tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
32	01/12/16	La Estrella de Panamá	Arte	señales del tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
33	13/01/2016	La Estrella de Panamá	Cartelera	Alfredo Sinclair	5p x 2c	3	B/. 225.00	B/. 1,237.50
34	14/01/2016	La Estrella de Panamá	Cartelera	Alfredo Sinclair	5p x 2c	3	B/. 225.00	B/. 1,237.50
35	Enero-febrero 2016	Like	Insight	Exhibición Alfredo Sinclair	¼ Pág.	3	B/. 275.00	B/. 1,512.50
36	15/01/2016	La Estrella de Panamá	Arte	Señales del tiempo	2p x 1c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
37	16/01/2016	La Estrella de Panamá	Arte	Señales del tiempo	2p x 1c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
38	18/01/2016	Panamá América	La agenda para hoy	Exhibición	5p x 1c	5	B/. 85.00	B/. 467.50
39	20/01/2016	La Estrella de Panamá	Arte	Señales del tiempo	2p x 1 c	2	B/. 30.00	B/. 165.00
40	31/03/16	Panamá América	EY!	Entre los siglos un libro de colección	6p x 6 C	5	B/. 612.00	B/. 3,366.00
total						161	B/. 6,594.00	B/. 15,190.50

**REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS
MUSEO DE ARTE CONTEMPORANEO
(MAC) PANAMA**

Internet							
#	Fecha	Medio	Sección	Titular	Hit	AD VALUE	PR VALUE
1	12/01/15	El siglo	Espectáculos	La exposición donde Alfredo Sinclair se inaugura hoy	3	16.00	88.00
2	12/01/15	La prensa	Cine y Mas	Tras el estilo único del pintor Alfredo Sinclair	17	B/. 300.00	B/. 1,650.00
3	12/01/15	La prensa	Vivir+	Tras el estilo único del pintor Alfredo Sinclair	15	B/. 300.00	B/. 1,650.00
4	12/01/15	La estrella de panamá	Sociales	Señales del tiempo	3	B/. 300.00	B/. 1,650.00
5	12/03/16	Metro Libre	Vida	Mac cierra exhibiciones con Alfredo Sinclair	7	B/. 300.00	B/. 1,650.00
6	12/10/16	El Venezolano	Gente	El MAC panamá presentó las "señales de un tiempo" de Alfredo Sinclair.	3	B/. 300.00	B/. 1,650.00
7	12/11/16	Revista Ellas	Sociales	Sinclair el maestro	1	B/. 300.00	B/. 1,650.00
8	27/12/2016	La Critica.com.pa	Opinión	Alfredo Sinclair Ballesteros 1914-2014	7	B/. 300.00	B/. 1,650.00
9	01/07/16	Mundo Social	Eventos	Trayectoria Pintorica	4	B/. 300.00	B/. 1,650.00
10	01/11/16	Panamá América	Zona Caliente	Ideas para veranear, aprender y compartir	5	B/. 300.00	B/. 450.00
11	13/02/2016	La Estrella de Panamá	Calendario	Alfredo Sinclair: Señales del tiempo I hasta el 6 de Marzo	3	B/. 300.00	B/. 1,650.00
12	21/02/2016	La Estrella de Panamá	Estilo	Verano en el MAC Panamá	4	B/. 300.00	B/. 1,650.00
13	31/03/16	Panamá América	Zona Caliente	Entre siglos un libro de colección	4	B/. 300.00	B/. 1,650.00
Total					76	B/. 3,600.00	B/. 18,600.00

**REPORTE DE RELACIONES PÚBLICAS
MUSEO DE ARTE CONTEMPORANEO
(MAC) PANAMA**

Redes Sociales						
#	Fecha	Medio	usuario	Hit	AD VALUE	PR VALUE
51	12-2015	Instagram	Studiomarroquin	3	100.00	550.00
52	12-2015	Instagram	Angie.2m	3	100.00	550.00
53	12-2015	Instagram	maritzazambrano27	1	100.00	550.00
54	12-2015	Instagram	melisavelarde	2	100.00	550.00
55	12-2015	Instagram	artepty	2	100.00	550.00
56	12-2015	Instagram	solangelsus	5	100.00	550.00
57	12-2015	Instagram	ramasfco	3	75.00	412.50
58	12-2015	Instagram	ramasfco	1	75.00	412.50
59	12-2015	Instagram	edumusic7	2	75.00	412.50
60	12-2015	Instagram	tentsandeventspty	2	75.00	412.50
61	12-2015	Instagram	todologistics	2	75.00	412.50
62	12-2015	Instagram	Ale_pince	2	75.00	412.50
63	12-2015	Instagram	Franklinpanama	3	75.00	412.50
64	12-2015	Instagram	Likepanama	3	100.00	550.00
65	12-2015	Instagram	Maritzazambrano27	1	75.00	412.50
66	12-2015	Instagram	Pilarsinclair	3	100.00	550.00
67	01-2016	Instagram	enteratepty	3	100.00	550.00
68	01-2016	Instagram	Pilar Sinclair	2	100.00	550.00
69	01-2016	Instagram	beatrizelenacc	2	75.00	412.50
70	02-2016	Instagram	lamovidapanama	2	100.00	550.00
71	02-2016	Instagram	karenabrego1	2	100.00	550.00
72	02-2016	Instagram	vanessadelg	1	75.00	412.50
73	02-2016	Instagram	paoulaizpurua	4	75.00	412.50
74	01/12/2015	Facebook	STUDIO MARROQUIN	3	300.00	1,650.00
75	22/01/2016	Facebook	En todo PTY	4	300.00	1,650.00
76	09/12/2015	Twitter	Revista auno Panamá	2	250.00	1,375.00
77	01/12/2015	Twitter	STUDIO MARROQUIN	2	200.00	1,100.00
78	04/01/2016	Twitter	Amyris Rada	2	175.00	962.50
79	04/01/2016	Twitter	Amyris Rada	2	175.00	962.50
		subtotal		68	3,425.00	18,837.50
		TOTAL		296	11,684.00	30,831.50

ALGUNAS FOTOS, INVITACIONES Y PUBLICACIONES

CONFERENCIA DE PRENSA LANZAMIENTO CAMPAÑA AMIGOS DEL MUSEO



Como parte de FOTO SEPTIEMBRE 2016,
circuito de fotografía
¿Una fotografía es una pregunta?

El Museo de Arte Contemporáneo, MAC Panamá
y Casa Santa Ana les invitan a la inauguración
de la muestra fotográfica:

LARRY FINK

An American Life

Día: 7 de septiembre de 2016
Hora: 8.00 pm
Lugar: Museo de Arte Contemporáneo, MAC PANAMÁ

Servicio de Valet Parking

PATROCINAN

foto
SEPTIEMBRE
2016

CASA
SANTA
ANA

MAC
MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO
PANAMÁ

AMERICAN
TRADE HOTEL
BARRO VIEJO

Copa
Airlines

the
group

GRANDES

TECNASA

ALGUNAS FOTOS, INVITACIONES Y PUBLICACIONES

EN LA SEMANA DEL DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS



¡SÚMATE Y CREA COMUNIDAD!

Acompáñanos a pintar los 4 pasos de cebra con los diseños seleccionados.

Día: Domingo 22 de mayo

Hora: 9.30 AM a 3.30 PM

Lugar de encuentro: Museo de Arte Contemporáneo, MAC Panamá



Inscríbete y solicita más información a proyectosmac@macpanama.org

DIVIÉRTETE EN EL MAC

ML I El miércoles, 8 de junio de a las 7:00 p.m., la asociación de Becarios de Japón en Panamá organizará el diálogo "Viviendo en Japón / viviendo en Panamá" en el Mac, cuya entrada es gratuita. El sábado 11 de junio, de 2:00 a 4:00, el taller en que se hablará de qué es un bonsái, cómo cuidarlo, los materiales que usamos para hacerlos, entre otros puntos. Se hará una demostración de cómo trabajar un plantón para hacer un bonsái.



ML I Taller de Bonsai a \$12.000.

LA PRENSA VIERNES 5 DE MAYO DE 2016



Diversas caras de Tohoku, Japón

La muestra fotográfica 'Tohoku', de la Embajada del Japón, estará abierta al público del 12 de mayo al 26 de junio.

FABIAN D. ARIAS CH.
fabian@prensa.com



OBRAS: 'Around Inagaki, Tsugaru-shi -1900', de Ichiro Kajima, y 'Ohmaza-cho, La Ville de la chance -1979', de Hiroshi Oshima.

faron la agricultura durante las décadas de 1950 y 1960. Mientras que Masaru Tatsumi y Masatoshi Naito recorrieron las festividades de cada región de Tohoku.

En tanto, Lin Meili captó con su cámara la hermosa naturaleza de la región e Hiroshi Oshima documenta el brillo de su pueblo natal, más unas cuantas historias personales.

críticos de fotografía más reconocidos en Japón", considera Ryotaro.

Esta exposición, estará abierta al público hasta el 26 de junio.

CONTENIDO En estas imágenes se reflejan diversas caras de Tohoku.

Son siete décadas de fotografías bajo la curaduría de Kotaro Iizawa, uno de los

La Prensa

50. EL DIARIO LIBRE DE PANAMA • SABADO 6 DE JUNIO DE 2016 • \$10.00 • PÁG. 38 N. 1754

BUSQUE HOY
La ruta del Canal
La Argentina firma con la que se convierte el primer en la América del Sur en tener que pasar por el Canal de Panamá para ir a Europa o Asia.

Fiscal apela liberación de líder pandillero

El fiscal general de la Corte Suprema, Juan Carlos Rodríguez, apeló la decisión de la Sala IV del Tribunal Superior de lo Penal, que declaró en libertad a un líder pandillero.

Entre a prisión
El fiscal general de la Corte Suprema, Juan Carlos Rodríguez, anunció que el líder pandillero, Juan Carlos Rodríguez, será enviado a prisión.

Aumentan niveles de lagos Gatin y Alajuela
Los niveles de los lagos Gatin y Alajuela continúan aumentando debido a las lluvias.

YELADA MUSICAL
El festival musical 'Yelada Musical' se celebró en la ciudad de Yelada.

COMENZÓ EL FESTIVAL ALFREDO DE SAINT-MAUR
El festival musical 'Alfredo de Saint-Maur' comenzó en la ciudad de Saint-Maur.

FIFA revela plan de Blatter para enriquecerse
La FIFA reveló su plan para enriquecerse a través de la venta de derechos de transmisión.

hoy por hoy
El programa 'hoy por hoy' se transmitió hoy por la televisión.

Las autoridades de salud reportaron ayer un fuerte incremento de casos de infecciones respiratorias agudas, que incluyen influenza y algunos tipos de gripe.

EN OTRAS NOTICIAS
Nuevas regulaciones migratorias. El gobierno de Colombia anunció nuevas regulaciones migratorias.

Detrás de las Olimpiadas Especiales
Detrás de las Olimpiadas Especiales se encuentran las historias de los atletas.

Panamá gana categoría sobre Bajo de Mino
Panamá ganó la categoría sobre Bajo de Mino en la competencia.

Waked pacta entrega del Grupo Felix Maduro

El ministro de la Defensa, Juan Carlos Rodríguez, anunció que el Grupo Felix Maduro será entregado a las autoridades.

LISTA CLINTON
La lista de Clinton para la presidencia de los Estados Unidos.

Invocan a copera de magnate de medios
Se invocó a la copera de un magnate de medios en un caso legal.

Infeciones respiratorias agudas ganan terreno
Las infecciones respiratorias agudas están ganando terreno en la población.

EN OTRAS NOTICIAS
Nuevas regulaciones migratorias. El gobierno de Colombia anunció nuevas regulaciones migratorias.

Detrás de las Olimpiadas Especiales
Detrás de las Olimpiadas Especiales se encuentran las historias de los atletas.

Panamá gana categoría sobre Bajo de Mino
Panamá ganó la categoría sobre Bajo de Mino en la competencia.

hoy por hoy
El programa 'hoy por hoy' se transmitió hoy por la televisión.

Las autoridades de salud reportaron ayer un fuerte incremento de casos de infecciones respiratorias agudas, que incluyen influenza y algunos tipos de gripe.

EN OTRAS NOTICIAS
Nuevas regulaciones migratorias. El gobierno de Colombia anunció nuevas regulaciones migratorias.

Detrás de las Olimpiadas Especiales
Detrás de las Olimpiadas Especiales se encuentran las historias de los atletas.

Panamá gana categoría sobre Bajo de Mino
Panamá ganó la categoría sobre Bajo de Mino en la competencia.

ALGUNAS FOTOS, INVITACIONES Y PUBLICACIONES





» En el verano

El Museo de Arte Contemporáneo, MAC, en la Avenida de los Mártires y calle San Blas, realizará actividades como taller de arte, cine, reciclaje, taller de plastilina, exposición de arte y circo en Veranito en el MAC.

A partir del 11 de enero, Molier Petit Studio, en el Camino Real de Betania, habrá talleres de pintura y dibujo, cuentacuentos, manualidades, exploración creativa, mini-chefs, en Veranito feliz.

TALLER

Pintando la Navidad en el Mac

Ya están abiertas las inscripciones para disfrutar del taller familiar Pintando la Navidad en el Mac a celebrarse este 4 de diciembre. Estará inspirado en la obra del artista Davis Solís. Horario de 10:00 am a 12:00pm. Costo: \$8 adultos y \$4 niños. Inscripciones en: educación@macpanama.org.



No puedes dejar de ver

Pintemos la Navidad en el **MAC**

mini guía

Día 4 de diciembre
Lugar Museo de Arte Contemporáneo
Hora 10 a.m a 12 m.d

Taller para inspirarse en la obra del artista David Solís, con su muestra individual "Riberas". Se realizará un recorrido por su obra para luego crear en el taller del museo una Tarjeta Navideña y arbolitos de origami. Para más información e inscripciones educacion@macpanama.org

CONCIENCIACIÓN SOBRE LAS FECHAS IMPORTANTES DEL MES DE LA PATRIA



DERECHOS HUMANOS

PRINCIPIO 2

B- LAS EMPRESAS DEBEN ASEGURARSE DE NO SER CÓMPLICES EN ABUSOS DE LOS DERECHOS HUMANOS

Compromiso

En Plataforma Marketing velamos porque nuestros clientes, futuros clientes y proveedores sean empresas legalmente conformadas.

Exigimos recibos fiscales por parte de nuestros proveedores, y así mismo emitimos recibos fiscales de todos nuestros ingresos. Realizamos el pago de impuestos como requieren las leyes en nuestro país.

Actividades Emprendidas

- Todos nuestros clientes deben realizar el pago de impuesto al consumo detallado en nuestras facturas como determinan nuestras leyes.
- El impuesto al consumo se remite a su vez al fisco mensualmente.
- Sólo recibimos pagos de bancos reconocidos ante el Sistema bancario.
- No recibimos pagos en efectivo.

Resultados

Gracias a nuestro esfuerzo en hacer cumplir esta práctica en años anteriores, hemos podido fortalecer nuestra imagen como empresa.





PUBLICACIÓN POR EL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER



CONDICIONES LABORALES

PRINCIPIO 3

C- LAS EMPRESAS DEBEN PERMITIR LA LIBERTAD Y EL RECONOCIMIENTO EFECTIVO DEL DERECHO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Compromiso

En Plataforma Marketing nos comprometemos a respetar la libre afiliación en organizaciones sindicales. Nuestros colaboradores son libres de poder expresar sus inquietudes en un ambiente de respeto y tolerancia.

Actividades emprendidas

En nuestra empresa no existen sindicatos de colaboradores establecidos como permite la ley, pero estamos abiertos a recibir y atender cualquier solicitud o inquietud por parte de nuestros colaboradores.

Este año el personal tuvo la iniciativa de crear una cooperativa llamada **“Forma- Plata”**, cuyo fin es incentivar y facilitar el ahorro en los colaboradores. Participaron 7 empleados, estamos seguros que para el año 2015 muchos más se unirán a esta gran iniciativa que es apoyada 100% por la Gerencia.

Resultados

La abierta comunicación entre colaboradores ha permitido que a lo largo de los años nuestra empresa mantenga un ambiente laboral optimo y que cada uno se sienta orgulloso de formar parte de la familia Plataforma.



CONDICIONES LABORALES

PRINCIPIO 4

D- LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA ELIMINACIÓN DE TODA FORMA DE TRABAJO FORZOSO Y OBLIGATORIO

Compromiso

En Plataforma Marketing somos una empresa que respeta los derechos laborales de nuestros colaboradores y damos fiel cumplimiento a las disposiciones del Código de Trabajo de Panamá.

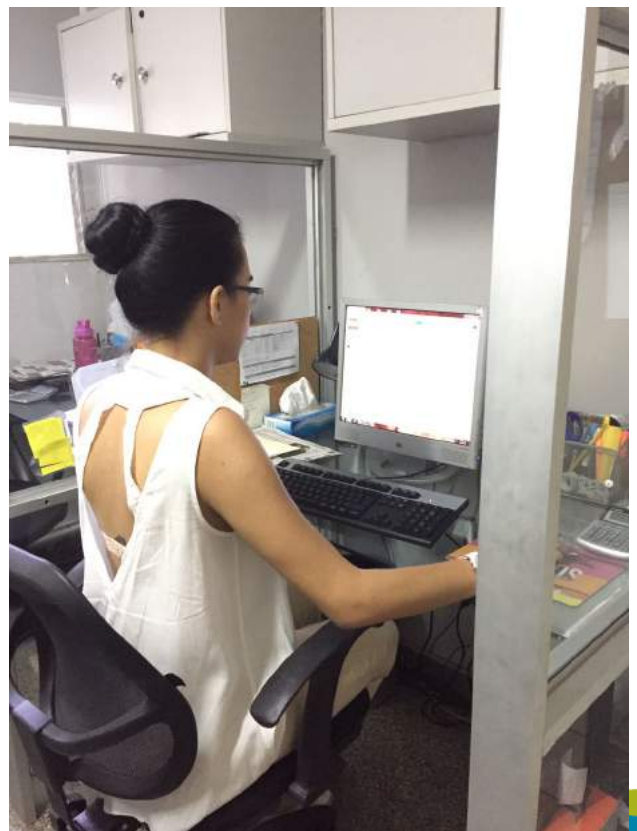
Nos comprometemos en propiciar un ambiente óptimo, respetamos los derechos de nuestros colaboradores y cumplimos con nuestra responsabilidad como empleadores.

Actividades emprendidas

- Todos los colaboradores mantienen un contrato de trabajo propiamente autenticado ante el Ministerio de Trabajo.
- La empresa realiza las deducciones de ley y cumple con el pago de las prestaciones laborales correspondientes.
- La empresa facilita a los colaboradores las herramientas necesarias para el cumplimiento de sus funciones..
- Contamos con formularios de permisos, tardanzas y vacaciones.
- Otorgamos viáticos mensuales para gastos de transporte y alimentación en los casos que así amerita.



FOTOS DE NUESTRAS INSTALACIONES Y COLABORADORES



- La empresa lleva adelante el programa de tiempo compensatorio pagado para el personal que por el tipo de trabajo que desempeñamos deba trabajar fuera del horario establecido en su contrato de trabajo.
- Contamos con amplias instalaciones, seguras, cómodas y ubicadas en un área céntrica de la ciudad de Panamá.
- Contamos con una amplia cocina y todas las comodidades para facilidad de los colaboradores.
- Cada área de trabajo es amplia y segura, con aire acondicionado y sillas ergonómicas.
- Nuestro personal es evaluado periódicamente para realizar ajustes salariales de ser merecidos utilizando un formulario de evaluación objetivo, el cual es completado por su jefe inmediato.
- Nuestro personal recibe al final de año una bonificación de parte de la empresa acorde a su desempeño.

Resultados

El ambiente dentro de la oficina es positivo y con el ánimo de la proactividad y trabajo en equipo, logrando la integración de los diferentes departamentos para la realización diferentes proyectos aún cuando la responsabilidad primara no corresponda al radio de acción de su puesto de trabajo.



CELEBRACIÓN DE CUMPLEAÑOS Celebramos los cumpleaños de todos nuestros colaboradores



CELEBRACIONES ESPECIALES: Celebramos y reconocemos la antigüedad de nuestros colaboradores, premiando así su lealtad a la empresa



CELEBRACIÓN DEL MES DE LA PATRIA



CELEBRACIÓN DE LA NAVIDAD: Fiesta en la que participan todos los colaboradores, quienes participan también en la decoración de las oficinas.



CELEBRACIÓN DE LA NAVIDAD: Decoración Navideña realizada por los colaboradores



CELEBRACION DEL AMIGO SECRETO: Dinámica interactiva para motivar el compañerismo entre el personal




Mantenemos diferentes grupos de Whatsapp dentro de la empresa gracias a los cuales estamos permanentemente comunicados, al igual que mantenemos grupos en los cuales participan nuestros clientes pudiendo así brindarles respuesta inmediata a sus solicitudes.



PAZ Y SALVO DEL SEGURO SOCIAL

REPUBLICA DE PANAMA
CAJA DE SEGURO SOCIAL
DIRECCION NACIONAL DE INGRESOS
PAZ Y SALVO

No. A **046290**

 **CAJA DE SEGURO SOCIAL**
DIRECCION NACIONAL DE INGRESOS
AREA DE PAZ Y SALVO

LA DIRECCION NACIONAL DE INGRESOS CERTIFICA QUE:

~~PLATAFORMA MARKETING CORP.~~

No. PATRONAL: 87-833-1393

R.U.C.: 724436473852

SE ENCUENTRA PAZ Y SALVO EN EL PAGO DE LAS CUOTAS OBRERO PATRONALES.

OBSERVACIONES: XXXXXXXXXXXXXXXXXX

FECHA: 27/12/2016

VALIDO HASTA: 31/12/2016


DIRECTOR NACIONAL DE INGRESOS

CONTRATO DE TRABAJO

Entre los suscritos, _____, panameño, mayor de edad, varón, con domicilio en _____; con cédula de identidad personal número _____ quien en adelante se denominará **EL TRABAJADOR**, por una parte, y por la otra **PLATAFORMA MARKETING** sociedad anónima panameña, debidamente inscrita a la ficha _____, documento _____, de la sección de Micropelículas Mercantil del Registro Público de la República de Panamá, ubicada en Punta Paitilla, Calle Tomás Duque casa No.2, representada en este acto por Anyvonne Poveda Sierra quien actúa en su calidad de Presidente y Representante Legal, quien en adelante se denominará **EL EMPLEADOR**; convienen libre y voluntariamente en celebrar el presente **CONTRATO DE TRABAJO POR TIEMPO INDEFINIDO**, con arreglo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: (SUBORDINACIÓN JURÍDICA)

EL TRABAJADOR prestará sus servicios bajo las órdenes de **EL EMPLEADOR**, entendiéndose que deberá acatar las instrucciones que este instruya, a fin de desempeñar de la mejor forma posible las tareas encomendadas.

SEGUNDA: (DEPENDIENTES)

El trabajador declara que tiene un () dependientes.

TERCERA: (CARGO, FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES)

EL TRABAJADOR laborará para **EL EMPLEADOR** en calidad de _____. **EL TRABAJADOR**, estará obligado a realizar sus funciones con responsabilidad, y confidencialidad. Además de realizar todas las labores análogas, complementarias o accesorias a la posición mencionada, en aquellas dependencias que **EL EMPLEADOR** señale, así como fuera de los establecimientos de **EL EMPLEADOR**, siempre que se relacionen directa o indirectamente con los negocios o actividades de ésta.



CUARTA: (LUGAR DE TRABAJO)

El lugar de trabajo será: Plataforma Marketing Corp. cuyas oficinas están ubicadas en Punta Paitilla, Calle Tomas Duque, Dúplex No.2. así como cualquier otro lugar que determine **EL EMPLEADOR**.

QUINTA: (TIEMPO INDEFINIDO Y VIGENCIA)

El presente contrato es por **TIEMPO INDEFINIDO** y entra en *vigencia* a partir del _____ de _____ de 201_. Se entiende que los tres primeros meses del mismo se considerarán de prueba, pudiendo cualquiera de las partes darlo por terminado durante dicho período sin que de ello se derive responsabilidad alguna para ellas.

SEXTA: (JORNADA LABORAL)

EL TRABAJADOR conviene en prestar sus servicios conforme al siguiente horario: de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 12:00 meridiano y de 1:00 a 5:00 y los sábados de 9:00a.m. a 1:00 p.m. **EL TRABAJADOR** no trabajará horas extraordinarias, ni en domingo, ni en días de fiesta nacional sin la autorización previa y por escrito de **EL EMPLEADOR**.

SEPTIMA: (SALARIO Y FORMA DE PAGO)

Los servicios de **EL TRABAJADOR** serán remunerados mediante el pago salarial de B/. _____ mensuales, los que serán cancelados en la siguiente forma: mediante pagos quincenales los días quince (15) y treinta (30) de cada mes.

Para constancia de lo actuado se firma este contrato en tres (3) ejemplares idénticos del mismo tenor y efecto, uno para cada una de las partes y el otro será remitido a la Dirección General de Trabajo del Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral.



Dado en la Ciudad de Panamá, el ____de ____de 201__.

El Empleador

El Trabajador

Plataforma Marketing Corp.

Anyvonne Poveda Sierra

Somos una empresa libre de humo. Respetamos credos y religiones. Somos inclusivos.



FORMULARIOS



SOLICITUD DE VACACIONES

Fecha de solicitud: _____

Colaborador: _____

Fecha de ingreso a la empresa: _____

Solicita vacaciones por: ____ días.

Firma del solicitante: _____

Firma de jefe inmediato: _____

Firma de administración: _____

Nota: En este formulario debe constar toda la información solicitada y debe ser firmado por su jefe inmediato.

plataforma			
REGISTRO DE AUSENCIAS, PERMISOS Y TARDANZAS			
NOMBRE:	_____		
FECHA:	_____		
Para completar mi expediente personal como empleado (a) de esta empresa y para los fines legales consiguientes, notifico que he estado ausente de la oficina por:			
<input type="checkbox"/>	Tardanza		
<input type="checkbox"/>	Permiso		
<input type="checkbox"/>	Enfermedad		
DETALLE DEL TIEMPO TOMADO			
Fecha:	Días:	Horas:	
_____	_____	_____	
Observaciones:			

Firma del empleado		Fecha:	Recursos Humanos
_____		_____	_____



FORMULARIOS

<div style="text-align: center;">  <h2>plataforma</h2> </div>					
REGISTRO DE TIEMPO COMPENSATORIO					
Nombre del empleado:					
Departamento:					
Fecha	Detalle				Horas
Total de horas					
Firma del empleado:					
Fecha:					
Firma de Autorización:					



CONDICIONES LABORALES

PRINCIPIO 5

E. LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA ERRADICACIÓN EFECTIVA DEL TRABAJO INTANTIL

Compromiso

Como empresa responsable nos aseguramos de no contratar los servicios de menores de edad para la realización de cualquier actividad que desarrolle nuestra empresa.

Estamos abiertos a apoyar organizaciones que desarrollen acciones de educación, ya que son fundamentales para incorporar y mantener a las niñas y niños en las aulas de clases y así erradicar el trabajo infantil.

Actividades emprendidas

- La no contratación de menores de edad.
- Apoyo en la divulgación de actividades que realice el MAC para la estimulación de la cultura en los niños. En este punto podemos destacar que el Museo de Arte Contemporáneo lleva adelante un programa de educación artística para niños de escasos recursos llamado “MAC Crece” y otros como “MAC Escuela” y “Educarte, el cual apoyamos con nuestros esfuerzos de relaciones públicas.

Resultados

Seguir apoyando firmemente las actividades y acciones que se desarrollen para erradicar el trabajo infantil.

Seguir velando que se cumpla a cabalidad la no contratación de menores de edad.



CONDICIONES LABORALES

PRINCIPIO 6

F- LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA ELIMINACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN EN MATERIA DE EMPLEO Y OCUPACIÓN

Compromiso

Respetando el derecho a la igualdad del ser humano, en Plataforma Marketing rechazamos toda clase de discriminación hacia las personas ya sea por raza, credo, nacionalidad o estatus social.

Nuestro personal es seleccionado por sus conocimientos de acuerdo al área de trabajo.

Nuestro personal es evaluado periódicamente para realizar ajustes salariales de ser merecidos utilizando un formato objetivo a ser utilizado por el superior directo.

Actividades emprendidas

- Cada uno de nuestros colaboradores tiene las mismas oportunidades dentro la empresa para escalar a nivel profesional dentro de nuestra empresa o fuera de ella. La prueba son los muchos profesionales que luego de trabajar en nuestras oficinas ocupan cargos importantes en empresas similares. En Plataforma Marketing está prohibido tratar despectivamente al , la comunicación siempre ha sido con el mayor respeto que se merecen todos los seres humanos.
- Hoy en día contamos con personal tanto Panameño como de otras nacionalidades.
- Hemos reforzado nuestra alianza con las Universidades. Damos oportunidad a estudiantes graduandos del área de la comunicación, contabilidad o administración para que realicen su práctica profesional en nuestra empresa, muchos de estos estudiantes han tenido la oportunidad de iniciar su carrera laboral de la mano de Plataforma.



Resultados

Ofrecer igualdad de oportunidades a todas las personas.

CAPACITACIONES

En la agencia realizamos un programa comprensivo de capacitaciones tanto al personal en general como por departamento, de acuerdo a su especialidad.

Este año se realizaron las siguientes capacitaciones:, de las cuales podemos decir hemos incrementado en alrededor de un 40% las horas dedicadas a capacitaciones y entrenamiento a los colaboradores

- Contabilidad y Administración – programa de seminarios de Peachtree, programa utilizado para el manejo contable de la oficina.
- Diplomado en comunicaciones y marketing digital, lo cual permitió que la agencia fuese reconocida como un Google Partner
- Participación de las Socias – Directoras de Seminario de Google en Buenos Aires, Argentina.
- Participación de las Socias – Directoras en el Google Week en Bogotá, Colombia.
- Seminario para todo el personal de parte de Google sobre las últimas tendencias en herramientas digitales.
- Programa de clases en diferentes módulos sobre las nuevas tendencias en comunicaciones digitales, dictadas en la oficina.
- Participación del Personal en el Google Day en Panamá
- Seminario “Gerencia comercial y Trade Marketing” organizado por el Grupo Roble e Incae
- Taller “Selling to the Luxury Retail Customer” dictado por Luxsell
- Taller “Imagen e Identidad como Marca Personal” dictado por Fiorella González en el marco del Fashion Week.



CAPACITACIÓN DE GOOGLE EN BUENOS AIRES, ARGENTINA



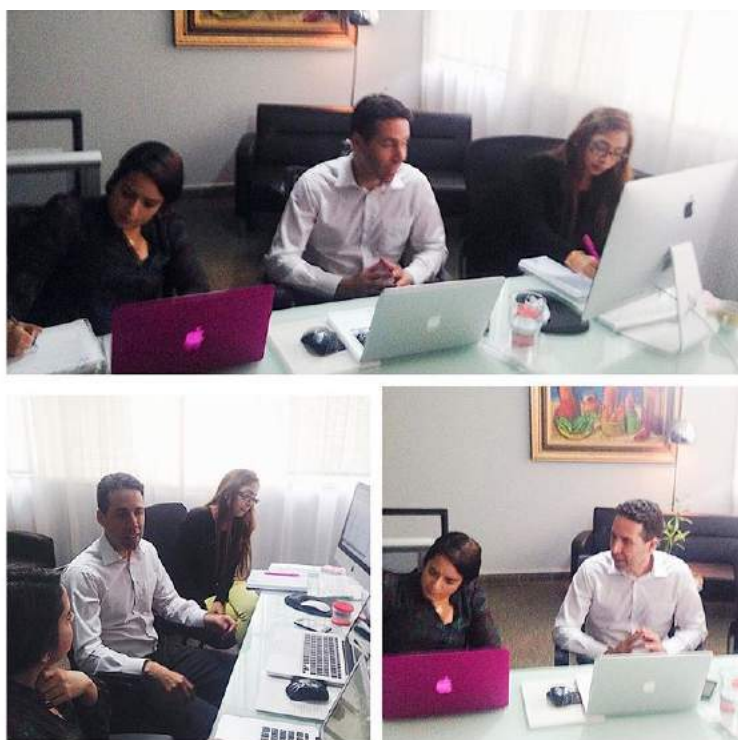
CAPACITACIÓN EN EL GOOGLE WEEK BOGOTÁ, COLOMBIA



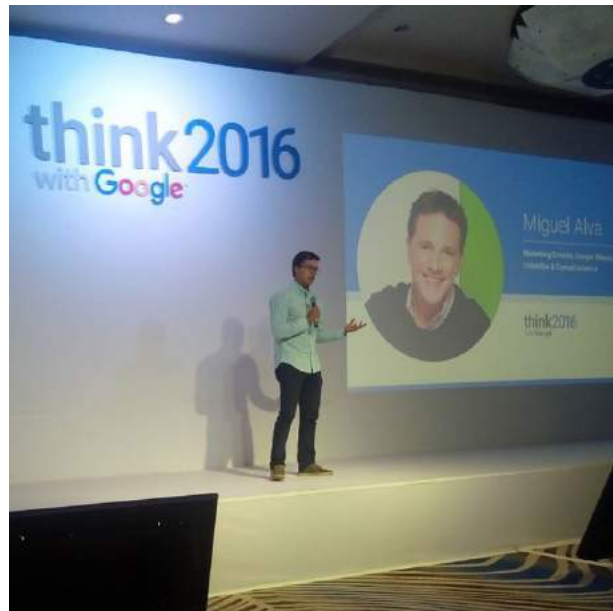
CAPACITACIÓN PARA NUESTROS COLABORADORES Y CLIENTES CON PERSONAL DE GOOGLE



CLASES EN MÓDULOS SOBRE COMUNICACIONES Y MARKETING DIGITAL



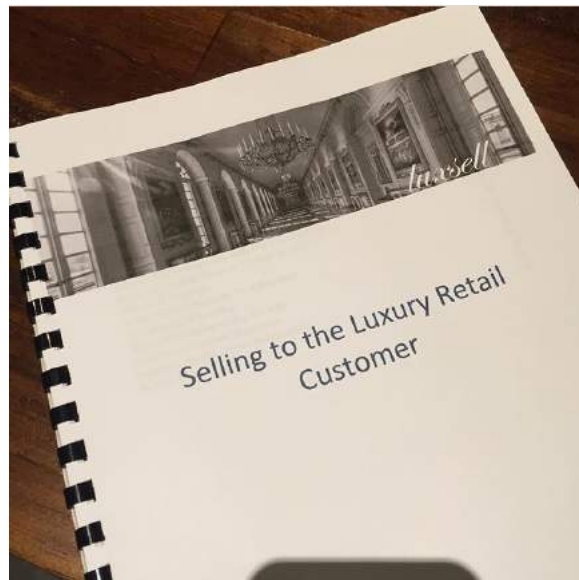
PARTICIPACIÓN EN EL GOOGLE DAY PANAMA



SEMINARIO SOBRE GERENCIA COMERCIAL Y TRADE MARKETING



TALLER “SELLING TO THE LUXURY CLIENT” DICTADO POR VICTORIA MCDONALD DE LA EMPRESA LUXSELL



TALLER SOBRE IMAGEN DIGITAL Y CREACIÓN DE MARCA PERSONAL



CAMINATA A BENEFICIO DE FUNDACÁNCER

Este año tuvimos el placer de ser patrocinadores una vez más y de participar en la caminata a beneficio de FundaCáncer. Colocamos una tolda, sillas, mesa y recibimos a los participantes con guineo, Gatorade y agua.



MEDIO AMBIENTE

PRINCIPIO 7

G- LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR UN ENFOQUE PREVENTIVO FRENTE A LOS DESAFÍOS MEDIO AMBIENTALES

Compromiso

En Plataforma Marketing hemos implementado diversas estrategias en el ámbito interno y externo con el objetivo de que las personas se sientan identificadas y comprometidas con la responsabilidad que tenemos todos de preservar los recursos naturales.

Actividades emprendidas

- Continuamos con el envío mensual vía e-mail mensajes motivadores de concientización.
- Hemos estructurado el “**Team RSE**”, el mismo está conformado por 5 colaboradores que de forma voluntaria han decido participar en el desarrollo de las acciones que se llevan a cabo y liderar al resto de los compañeros en la ejecución de las mismas. Igualmente son el enlace con la Dirección de la Empresa para este proyecto.

Resultados

Plataforma Marketing como agencia responsable se ha encargado de mantener el mensaje de la preservación de los recursos naturales, difundiéndolo así a sus proveedores y principales grupos de interés.



MEDIO AMBIENTE

PRINCIPIO 8

Al dedicarse nuestra empresa a las relaciones públicas entre otras cosas, recibimos a diario todos los medios impresos que circulan en nuestro país, generando un volumen considerable de material a reciclar.



Actividades

- Continuamos la campaña “imprime en hojas recicladas” cuyo resultado lo podemos palpar en la reducción en un 15% de la compra de papel.
- Esto va ligado a la campaña de solo imprimir lo que es verdaderamente imprescindible.
- Reutilización de sobres.
- No dejar las computadoras encendidas hasta el siguiente día.
- Encender los aires acondicionados a las 9:00 a.m. y apagarlos a las 4:30 p.m.
- Proyecto de reciclaje de papel blanco, cartón, latas, revistas, plástico y periódicos.
- Mantener en nuestra firma de correo mensaje para el cuidado del medio ambiente.

Vanessa Soriano | Ejecutiva de Cuentas



Tel.: (507) 390-0956 , (507) 390-3365 Cel.: 6252-6061 | www.plataformamarketing.com
Por Favor, recuerde su responsabilidad con el medio ambiente antes de imprimir este correo.



Resultados:

Hemos logrado inculcar a los colaboradores la responsabilidad que tenemos todos de ayudar al planeta y la importancia de su participación en cada una de las actividades..

PROYECTO DE RECICLAJE

Seguimos con nuestra campaña de reciclaje de papel blanco, cartón, latas, revistas, plástico y periódicos. Nuestros colaboradores y sus familiares se han involucrado de manera positiva a este gran proyecto y traen a la oficina sus materiales a reciclar, como centro de acopio

En el último año hemos podido medir el reciclaje de materiales de la siguiente forma, logrando un incremento del 18% con respecto al último reporte.

Enero	115
Febrero	110
Marzo	165
Abril	153
Mayo	172
Junio	205
Julio	210
Agosto	225
Septiembre	240
Octubre	218
Noviembre	203
Diciembre	245

*La unidad de medida está en libras



CAMPAÑA INTERNA DE RECICLAJE – Continuamos con el mismo sistema de cestos separados de acuerdo al material, con excepción de los periódicos y revistas que los mantenemos en un sitio separado dado su gran volumen



MEDIO AMBIENTE

PRINCIPIO 9

I- LAS EMPRESAS DEBEN ALENTAR EL DESARROLLO Y LA DIFUSIÓN DE TECNOLOGÍA RESPETUOSA DEL MEDIO AMBIENTE.

Compromiso:

Como agencia de comunicación responsable tenemos el deber de educar e informar a nuestros colaboradores, proveedores, clientes y a la sociedad en general de las diversas acciones que existen para preservar el medio ambiente utilizando mecanismos eco-amigables.

Hemos reforzado nuestra comunicación a través de los medios digitales para llegar a la mayor cantidad de público.

Actividades emprendidas:

- Creación de tarjetas digitales con mensajes de concientización a preservar el planeta.
- Orientar a nuestros clientes en la confección de artículos promocionales eco-amigables.
- Compra de impresoras ahorradoras de energía, al igual que se cambiaron todos los bombillos de la oficina al modelo ahorrador y todos los electrodomésticos y unidades de aire acondicionado al sistema Inverter.
- Orientar a nuestros clientes a crear boletines digitales, eliminando así la impresión.

Resultados: Lograr que las personas cambien sus hábitos de vida dentro y fuera de la empresa.



TARJETAS DIGITALES

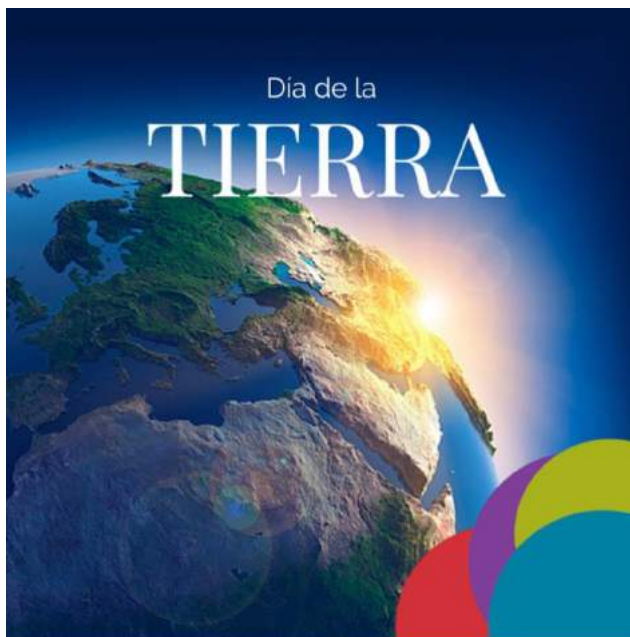


Imagen difundida a través de nuestras redes sociales con mensaje alusivo al Día de la Tierra y la importancia de la participación de todos en mantenerla, ya que es nuestro hogar.



Este año nos unimos a la iniciativa del Pacto Global, liderada por Sumarse en Panamá, de la campaña de concienciación para el ahorro de agua. Participamos en la conferencia de prensa de la organización e implementamos los visuales en nuestras oficinas.

Revisamos todas nuestras tuberías con el objeto de detectar fugas, lo cual dio como resultado la necesidad de realizar reparaciones.



Logramos incentivar a dos de nuestros clientes, Multiplaza Pacific y el Centro Médico Paitilla a unirse a la campaña recibiendo las charlas y ubicando visuales en diferentes áreas de sus instalaciones.

La campaña ha sido exitosa ya que lo hemos podido comprobar con la facturación del servicio mes a mes.



Como parte de la campaña, recibimos en nuestras instalaciones a la Asociación Nacional para la Conservación de la Naturaleza, quien nos brindó importante información sobre el ahorro de agua hoy y siempre.



ANTICORRUPCIÓN

PRINCIPIO 10

J- LAS EMPRESAS DEBEN TRABAJAR CONTRA LA CORRUPCIÓN EN TODAS SUS FORMAS, INCLUYENDO EL SOBORNO Y LA EXTORSIÓN.

Compromiso

En Plataforma Marketing nos esforzamos en conocer a nuestros clientes y mantenemos relaciones éticas.

Nuestro trabajo siempre va de la mano con la realización de prácticas íntegras, generando así resultados satisfactorios.

Actividades emprendidas

- Solicitamos facturas fiscales a todos nuestros proveedores.
- Emitimos facturas fiscales de todos nuestros servicios.
- Realizamos el pago de impuestos por consumo así como de todos los impuestos que exige la ley.
- Realizamos investigaciones sobre el personal a contratar gracias a los servicios de una firma de auditoría externa. Igualmente, dicha firma realizó este año entrevistas individuales con cada uno de ellos para medir su disposición a combatir y rechazar cualquier acto de corrupción sugerido por algún cliente o proveedor. Dicho análisis reflejó resultados positivos con respecto a la integridad de los colaboradores.



ANTICORRUPCIÓN

PRINCIPIO 10

Resultados

Sustentar y mantener nuestro crecimiento a lo largo de los años, siempre mostrando una imagen empresarial estable de confianza e intachable.



CÓDIGO DE ÉTICA

Introducción

La ética es el conjunto de reglas morales que regulan la conducta y las relaciones humanas en general o en un campo específico. Por ello, la ética implica autocontrol.

Los principios éticos que orientan nuestra actuación también fundamentan nuestra imagen de empresa sólida y confiable.

Alcance

Este código de ética se aplica a todos los empleados de Plataforma Marketing Corp. y Afiliadas.

Modificaciones

Este año hemos añadido algunos conceptos a nuestro código de ética existente y reportado anteriormente, los cuales se ven reflejado en el texto.

Valores fundamentales

Mejoramiento Continuo: esfuerzo para aplicar mejoras en cada área de la vida personal que se verán reflejadas en la organización. Cuando se supera el individuo, evoluciona la organización.

Perseverancia: Tenacidad; voluntad inquebrantable que supera las dificultades y logra el triunfo.

Optimismo: Exhibir proactividad y persistencia. Ver el lado favorable de las cosas. Buscar la oportunidad en la aparente adversidad.

Honestidad: Decencia, recato, pudor, comportamiento moral y socialmente apropiado.



Integridad Profesional y Personal:

I. Emplear, en el ejercicio de sus funciones, la misma actitud que cualquier persona honrada y de carácter integro emplearía en la relación con otras personas y en la administración de sus propios negocios.

II. Actuar siempre en defensa de los mejores intereses de la empresa, así como sobre los negocios e informaciones de sus clientes. Es fundamental que sus actitudes y comportamiento sean un reflejo de su integridad personal y profesional y no coloquen en riesgo su seguridad financiera y patrimonial o la de La Empresa.

III. Evaluar cuidadosamente situaciones que puedan caracterizar un conflicto entre sus intereses y los de La Empresa y/o conducta no aceptable

desde el punto de vista ético, aunque no causen pérdidas concretas a la institución. En particular, no se aceptan las siguientes conductas:

1. Mantener relaciones comerciales, en su condición de representante de la empresa, con empresas en que usted, o personas de sus relaciones familiares o personales, tengan interés o participación directa indirectamente, sin autorización del superior jerárquico, en el nivel mínimo de Gerente.

2. Mantener relaciones comerciales particulares, de carácter habitual, con clientes o proveedores. Las relaciones comerciales eventuales con clientes o proveedores no están prohibidas, pero las mismas se deberán comunicar previamente, por escrito, a su superior inmediato o a la Gerencia General.

3. La insolvencia en sus negocios personales.



IV. Usar su cargo, función o informaciones sobre negocios y asuntos de La Empresa o de sus clientes, para influir en las decisiones que puedan favorecer a intereses propios o de terceras partes.

V. Aceptar u ofrecer, en forma directa o indirecta, favores o regalos de carácter personal, que sean el resultado de relaciones con La Empresa y que puedan influir en las decisiones, facilitar negocios o beneficiar a terceras partes.

VI. Cualquier actitud que discrimine a las personas con quienes mantenemos contacto profesional, en función de color, sexo, religión, origen, clase social, edad o incapacidad física.

VII. Usar equipos y otros recursos de la Empresa para fines particulares no autorizados.

VIII. Involucrarse en actividades particulares no autorizadas, que interfieran con el tiempo de trabajo dedicado a la Empresa.

IX. Manifestarse en nombre de la Empresa sin estar autorizado o calificado para ello.

Son ejemplos de conducta esperada y compatible con los valores de la empresa y la búsqueda de resultados:

1. Reconocer honestamente los errores cometidos y comunicarlos inmediatamente a su superior jerárquico inmediato.
2. Cuestionar las orientaciones contrarias a los principios y valores de la empresa.



3. Presentar sugerencias y críticas constructivas teniendo en mira la mejora de la calidad del trabajo.

Relaciones con los clientes:

El compromiso con la satisfacción de nuestros clientes se deberá reflejar en lo siguiente:

I.El respeto a sus derechos y en la búsqueda de soluciones que atiendan a sus intereses, siempre en concordancia con los objetivos de desarrollo y rentabilidad de La Empresa.

II.Brindar a los clientes una atención caracterizada por la cortesía y la eficiencia, ofreciendo informaciones claras, precisas y transparentes. El cliente deberá obtener respuestas, aun cuando fueren negativas a sus solicitudes, en forma adecuada y dentro del plazo esperado por el mismo.

III.Evitar dar tratamiento preferente a cualquiera que sea por interés o sentimiento personal.

IV.Abstenerse de proporcionar información de las operaciones realizadas por los clientes, a personas ajenas a La Empresa distintas del mismo cliente, sus beneficiarios o sus representantes.

V.Ofrecer a cada cliente los productos o servicios que más se adecuen a sus características y necesidades.

VI.Hacer del conocimiento de sus superiores, a la brevedad posible cualquier situación provocada por la empresa que cause o pueda causar daño o perjuicio a uno o más clientes o que represente un conflicto entre estos y La Empresa sino pueden resolverlos por si mismos.



VII. Abstenerse de intervenir en cualquier negocio con los clientes en el que exista o puede existir conflicto de intereses, impidiendo el desempeño de sus funciones y obligaciones de manera íntegra y objetiva.

Relaciones en el Ambiente de Trabajo:

Las relaciones en el ambiente de trabajo se deberán pautar por la cortesía, la transparencia y el respeto.

I. Colaborar para que predomine el espíritu de equipo, la lealtad, la confianza, la conducta compatible con los valores de La Empresa y búsqueda de resultados.

II. Al desempeñar una función de supervisión, tener en mente que sus empleados lo tomarán como ejemplo. Sus acciones, por lo tanto, deberán constituir un modelo de conducta para su equipo.

III. No se admite el uso del cargo para solicitar favores o servicios personales a los subordinados.

IV. Es fundamental reconocer el mérito de cada uno y fomentar la igualdad de acceso a las oportunidades de desarrollo profesional existentes, según las características, cualidades y contribuciones de cada colaborador.

V. Dar a sus compañeros de trabajo, en la medida de sus posibilidades la colaboración que estos requieran para el buen desarrollo de las actividades que tengan encomendadas, absteniéndose de obstaculizarlos o proporcionarles información falsa o engañosa.



VI. Abstenerse de realizar cualquier acto o actividad que implique discriminación por razón de sexo, edad, nivel socioeconómico, estado civil, religión, inclinaciones, políticas o nacionalidad.

VII. Evitar llevar acabo cualquier tipo de acoso sea éste verbal, psicológico o de cualquier otro tipo.

Relaciones con el Sector Público:

I. Observar los más elevados estándares de honestidad e integridad en todos los contactos con administradores y empleados del sector público, evitando siempre que su conducta pueda parecer impropia.

II. Abstenerse de manifestar opinión sobre actos o actitudes de funcionarios públicos o de hacer comentarios de naturaleza política.

III. Al defender los intereses de La Empresa, actuar con confianza en los estándares de actuación de nuestra empresa y observar siempre los más elevados principios éticos y el respeto a las leyes y normas vigentes.

Relaciones con Competidores:

La competencia leal deberá ser el elemento básico en todas nuestras operaciones y relaciones con otras Empresas e instituciones del mercado financiero. Nuestra competitividad se deberá ejercer con base en ese principio.

I. No se deberán hacer comentarios que puedan afectar la imagen de los competidores o contribuir para la divulgación de rumores sobre los mismos.

II. Tratar a las demás instituciones financieras con el mismo respeto con que La Empresa espera ser tratada.



III. Se prohíbe suministrar a la competencia informaciones que pertenecen a La Empresa.

Prevención y control de lavado de activos:

I.Velar por que todos los clientes vinculados a La Empresa reúnan requisitos de calidad y carácter tales que haya siempre una integridad moral reconocida y una actividad ilícita y transparente. La capacidad económica de los clientes debe ser concordante con su actividad y con los movimientos y operaciones que realicen en la empresa.

II.Cuando se conozca información sobre la actividad sospechosa de un cliente o usuario y se considere que no se debe extender la relación de negocios entre éste y La Empresa, debe darse aviso inmediato a los funcionarios de mayor nivel

con el fin de unificar el criterio, prevenir repercusiones desfavorables y envía los reportes del caso a la autoridad competente.

Confidencialidad:

I.Deberán mantener la debida reserva sobre los documentos de trabajo y la información confidencial que esté a su cuidado. Por lo tanto deberán controlar y evitar que en cualquiera de las instancias o dependencias de la Empresa se haga uso indebido de dicha información o que la misma sea conocida por personas que no tengan autorización para ello.

II.Así mismo, no revelarán ni transferirán a terceras personas las tecnologías, metodologías, programas, y secretos comerciales o estratégicos que pertenecen a La Empresa, sus clientes o proveedores, a los que haya tenido acceso con ocasión de su cargo. Igualmente, no obtendrán ni intentarán el



acceso a información que represente secreto comercial o estratégico en forma ilegítima.

Uso Adecuado de Recursos:

Deberán dar uso adecuado y racional a los muebles, herramientas equipos y demás elementos de trabajo de La Empresa.

Regalos e Invitaciones:

Los intereses comerciales de La Empresa serán mejor servidos cuando sus decisiones comerciales estén basadas en criterios comerciales y no influidos por factores tales como regalos, favores, donaciones, invitaciones, viajes o pagos tendientes a obtener resultados para los destinatarios del presente código, sus vinculados o familiares.

Régimen Sancionatorio:

Todos los directivos, empleados y colaboradores de La Empresa que voluntariamente o con culpa grave incurran en conductas que violen los principios éticos y las normas consagradas en el presente Código, serán sancionados de acuerdo con lo previsto en la ley y en el Reglamento Interno de trabajo de La Empresa.

Comité de Ética:

La Empresa contará con un comité de Ética que estará conformado por la Gerencia General, la Dirección Ejecutiva de Finanzas y Operaciones y La Gerencia de Desarrollo de Recursos Humanos. Este Tendrá la finalidad de evaluar la aplicación de ese código, así como determinar las acciones necesarias para la divulgación y fortalecimiento de los más elevados



estándares de conducta ética dentro de la empresa, velando por la actualización del presente código de ética.

Canales de Información y Actuación del Comité de Ética:

Este código contiene unos lineamientos generales que permitirán evaluar gran parte de las situaciones a las que se podría enfrentar los destinatarios del presente Código, pero no detalla necesariamente todos los problemas que pueden surgir en su día. De este modo, eventualmente, podrán surgir dudas sobre cuál es la conducta más correcta a ser adoptada, casos en los cuales se deberá comunicar al superior jerárquico o al Comité de Ética antes de tomar cualquier decisión.

Cumplimiento y Adhesión:

La empresa entregará a cada uno de sus empleados, un ejemplar del presente documento, recabando su constancia de recibo y compromiso de cumplimiento. Los empleados de nuevo ingreso, suscribirán dicha constancia al momento de su designación o contratación.

Cada uno de los colaboradores manifestará su compromiso de acatar y difundir los preceptos contenidos en el presente Código de Ética.



Hemos implementado con los colaboradores nuevos y actuales la firma de un Convenio de Confidencialidad en el cual queda por escrito y con sustento legal lo descrito en el Código de Ética de la Empresa.,

ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Plataforma Marketing Corp. compañía establecida en la ciudad de Panamá según consta en escritura pública inscrita a la ficha 527934 documento 473852, ubicada en Punta Paitilla, Calle Tomás Duque, Duplex No.2, representada legalmente por Anyvonne Poveda Sierra, cédula de identidad 8-375-552 , ha contratado a _____ cédula de _____ para que forme parte de su equipo de trabajo a partir del _____

Para tales efectos será necesario que Plataforma Marketing comparta con el empleado información de sus clientes y prospectos así como información de la empresa referente a políticas, proyectos, estrategias de mercadeo, etc., que considera como privilegiada y/o propietaria y confidencial (la información). La Información presentada puede ser en forma escrita, oral o electrónica.

_____ acepta recibir la Información de acuerdo a los siguientes términos y condiciones:

_____ está de acuerdo en proteger la confidencialidad de toda y cualquier Información con la excepción de la que se enumeran a continuación:

Información que al tiempo de revelación, es del conocimiento público.

Información que después de la revelación, se convierta en parte del conocimiento público por publicación u otro método, excepto por rompimiento de este Acuerdo.

Información que estaba en su posición al momento que Plataforma Marketing Corp. la revele, y que no fue adquirida directa o indirectamente Plataforma Marketing Corp.

_____ reconoce que, para poder llevar a cabo las tareas inherentes a su puesto en la empresa, le puede ser necesario revelar



información confidencial a terceras personas en virtud de su necesidad de apoyo para cumplir eficazmente con los servicios que _____ así lo requiera. Puede hacer tales revelaciones en base a la necesidad de la información, pero solo en la medida en que las personas o entidades que reciban la información confidencial hayan ejecutado un acuerdo de confidencialidad que contenga cláusulas similares a las de este acuerdo.

_____ acepta que no usará la Información confidencial para otro propósito que no sea evaluar las necesidades del cliente.

Si se le requiere, debe regresar toda la Información a Plataforma Marketing Corp., que se haya sido proporcionada por Plataforma Marketing Corp.

Este acuerdo debe constituir el único acuerdo entre Plataforma Marketing Corp. y _____ con respecto a la información revelada. Ninguna modificación, enmienda o cancelación puede ser hecha a los términos de este Acuerdo sin el consentimiento escrito de ambas partes.

Si está de acuerdo con los términos anteriores, por favor indique su aceptación firmando ambas copias de este acuerdo y regresando una de estas copias a nosotros, la otra copia es para sus archivos.

Atentamente,

Plataforma Marketing Corp.

Colaborador

Anyvonne Poveda Sierra
Socia – Directora



plataforma



390.0956 | www.plataformamarketing.com

