

COMUNICACIÓN *DE* PROGRESO

Cumplimiento del Pacto Global Naciones Unidas 2016



medcom.

ÍNDICE

2

Declaración de Compromiso

3

¿Quiénes Somos?

4

Nuestra RSE

5

Declaración Universal de los Derechos del Niño

6

Esfera de Derechos Humanos

35

Esfera Laboral

42

Esfera Ambiental

47

Esfera Anticorrupción



DECLARACIÓN *DE* COMPROMISO

La convicción y el compromiso con el Pacto Global y el cumplimiento de sus lineamientos nos llevan a buscar más conocimientos y a nutrirnos con nuevas experiencias que nos permitan seguir transitando en el camino propuesto por esta organización desde que decidimos suscribirnos en 2002.

Desde la aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la Cumbre de Septiembre de 2015, las empresas recibimos un llamado vinculante para profundizar nuestros ejercicios económicos, incorporándoles lo social y ambiental de una manera más contundente y decidida para así contribuir con las metas propuestas.

Por eso, en Medcom, el año 2016 fue apropiado para dar una mirada introspectiva a la actual estrategia social y empezar los procesos de evaluación, revisión y reestructuración que serán reforzados a partir del 2017/2018 con el apoyo de consultorías externas y una activa participación del equipo de los más altos ejecutivos de la organización.

En cuanto a la participación activa del Voluntariado Medcom en iniciativas sociales, este año representó un enorme avance por la decisión gerencial de otorgar 16 horas laborales al año, a cada

colaborador que desee utilizarlas para trabajo voluntario, en campo o pro bono, en 16 organizaciones con las cuales la empresa mantiene estrechas relaciones de apoyo estratégico.

Es así como presentamos este informe, no solo reforzando el compromiso con el cumplimiento del Pacto Global de las Naciones Unidas, sino dejando constancia de la decisión de madurar nuestras acciones y dirigir las de una manera más contundente, hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas.

Nicolás González Revilla P.
Gerente General

¿QUIÉNES SOMOS?

MEDCOM es un grupo multimedios donde se agrupan los principales canales de televisión abierta (Telemetro, RPCTV, MALL TV), televisión por cable (Cable Onda Sports, ECO TV), estaciones de radio (RPC Radio, Caliente 97.5 y Telemetro Radio) y portales web (telemetro.com y rpctv.com) de Panamá. Esto nos convierte en el conglomerado de medios líder del país.

En MEDCOM nos esforzamos por incluir en nuestra planilla la multiculturalidad de nuestro país, con 906 colaboradores permanentes, distribuidos así:

97% Edificio Medcom 12 de octubre (Sede Central)
Estudios Medcom Ancón, (Ciudad de Panamá)

1.6% Provincias (Corresponsales y técnicos de transmisión)

1.3% Estudio Telemetro Reporta, Chiriquí

Nuestra Misión

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

Nuestra Visión

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

Nuestros Valores

Respeto

Integridad

Pasión

Creatividad

Trabajo en Equipo

Compromiso Social



NUESTRA RSE

Desde la perspectiva de la industria de la comunicación masiva y la creación de contenidos, la Responsabilidad Social Empresarial de Medcom se ha estructurado tomando como base principal el impacto que esos contenidos y medios generan en las audiencias, sin dejar a un lado el apropiado acompañamiento de los procesos, políticas, acciones y proyectos que se desarrollan internamente y con los grupos de interés.

La estrategia de RSE de Medcom puede ser vista, para una mejor comprensión, desde dos ámbitos: uno interno, que agrupa las acciones propias de la gestión administrativa del negocio con su nutrida plataforma de políticas, procesos formales, herramientas, interacciones y demás instrumentos de ordenación. Y otro externo, que busca impactar a las audiencias a través de los contenidos emitidos en nuestros medios de comunicación.

Para el desarrollo de esa vertiente externa, trabajamos basándonos en nuestro **“Compromiso con la Infancia.”**

Esta vertiente la ejecutamos a través de cinco pilares de atención (Educación, Salud, Deportes, Prevención de la Violencia, Cuidado del Medio Ambiente) cada uno de los cuales incluye distintas iniciativas que buscan promover los Derechos del Niño.

EDUCACIÓN

SALUD

PREVENCIÓN DE VIOLENCIA

PROMOCIÓN DEL DEPORTE

CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

DECLARACIÓN UNIVERSAL *DE LOS DERECHOS DEL NIÑO*

Principio I

El derecho a la igualdad sin distinción de raza, color, sexo, idioma, religión o nacionalidad, posición económica, u otra condición.

Principio II

El derecho a una protección especial para su desarrollo físico, mental y social así como en condiciones de libertad y dignidad.

Principio III

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

Principio IV

El niño tendrá derecho a disfrutar de alimentación, vivienda, recreo y servicios médicos adecuados.

Principio V

El niño física o mentalmente impedido tiene derecho a recibir el tratamiento, la educación y el cuidado especiales que requiere.

Principio VI

El derecho al amor y la comprensión de sus padres y, en todo caso, en un ambiente de afecto y de seguridad moral y material.

Principio VII

El niño tiene derecho a recibir educación, que será gratuita, a juegos y recreaciones.

Principio VIII

El niño debe, en todas circunstancias, figurar entre los primeros que reciban protección y socorro.

Principio IX

El niño debe ser protegido contra toda forma de abandono, crueldad y explotación.

Principio X

El niño debe ser protegido contra las prácticas que puedan fomentar la discriminación racial, religiosa o de cualquier otra índole.

ESFERA DERECHOS HUMANOS



Principio No.1

Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.

Principio No.2

No actuar como cómplices de violaciones de los Derechos Humanos.

SALUD

Los Niños Primero

El proyecto “Los niños primero” cumplió 20 años de desarrollar campañas y poner en la palestra el problema de la desnutrición y la falta de oportunidades que se viven en las regiones de mayor pobreza en Panamá.

Como iniciativa de Responsabilidad Social de Medcom, a beneficio de NutreHogar, se asigna tiempo aire en diversos formatos audiovisuales y digitales, al tiempo que, se gestiona el patrocinio de empresas clientes de Medcom, que en un sistema de triangulación, donan recursos económicos e insumos a la ONG.

Cobertura Medios Masivos

- 17** Entrevistas en Medios Medcom (Radio y TV)
- 16** Reportajes en Telemetro Reporta, retransmisiones en todos sus noticieros y en Telemetro Radio.

Transmisiones radiales en Caliente y Telemetro Radio para colectas en centros comerciales **Los Niños Primero 2016**

- 1** Facebook Live de una hora de duración
- 1** Programa Debate Abierto



Cobertura Digital

INSTAGRAM

43 Menciones · **43** Comentarios · **2,934** likes
1,209,24 impresiones totales

FACEBOOK

Menciones · **34** Comentarios · **362** likes

TWITTER

Durante la duración de la campaña se generaron más de **900** tweets con el uso de #losniñosprimero

Alcance aproximado de más de **22** mil personas

BANNERS DIGITALES

Tanto en Telemetro.com como en Rpctv.com se habilitaron banners web, los cuales redirigían a www.nutrehogar.org/donaciones

Los banners se mantuvieron habilitados desde el 15/sept hasta 15/oct:

Impresiones **185,569** Clics **126**

Pinceladas de Amor

Medcom es consciente de la importancia que tiene la información sobre prevención y detección temprana del cáncer de mama y de próstata tiene en la lucha contra esa enfermedad. Mantenemos, un año más, el programa 'Pinceladas de Amor' como parte de una alianza con el Instituto Oncológico Nacional y las organizaciones de la sociedad civil, cuyos esfuerzos se enfocan en minimizar la incidencia de este padecimiento en nuestra sociedad.

- 1 Promo de 30 ss. pautada por 6 días, 30 días antes del evento.
- 2 Horas de transmisión del programa 'Pinceladas de amor' en directo por MallTV con 12 reportajes.
- 1 Gacetilla post evento de 30 ss. pautada por 7 días, 6 veces al día por MallTV.
- 2 Posts por día en redes sociales de MallTV (FB, IG, TW) por 30 días.

Además, la plataforma digital también se sumó a los esfuerzos de divulgación y prevención con la creación del micrositio 'Prevención del Cáncer' y la transmisión en vivo de Tu Mañana y el dual por telemetro.com, alusivos al tema, con **1053 conexiones**, la utilización de 3 etiquetas: **#RosaDeEsperanza #VoluntariadoMEDCOM #VoluntariosMEDCOM** lo que produjo más de **820 interacciones**, con un alcance potencial de **7.8 millones de cuentas** e impresiones potenciales de **3 millones en Instagram**.



Campaña y Caminata 'Unidos de Corazón'

Como acción social en el marco de los 35 años de Telemetro, se desarrolló esta iniciativa, a beneficio de los niños que participan en los programas de la Fundación Obsequio de Vida. Los beneficiarios son parte de la larga lista de espera por cirugías cardíacas. 'Unidos de Corazón' consistió en una colecta pública encabezada por el presentador Luis Casís que caminó desde la provincia de Chiriquí hasta la Ciudad de Panamá (445 kms), recibiendo donativos de toda la comunidad, empresarios, ciudadanos, estudiantes y entidades del Estado Panameño. Después de 15 días de caminata, se superó la cantidad necesaria para operar, en Bogotá, Colombia, a 13 niños con padecimientos congénitos del corazón y hasta la fecha de redacción de este informe, se han operado ya a 15 niños, 2 de ellos en Barcelona, España, con todos los gastos cubiertos por la Fundación Obsequio de Vida y los fondos de 'Unidos de Corazón'. El éxito de esta colecta nacional fue posible gracias al tesón del presentador Casís y el equipo que caminó con él, miembros del Cuerpo de Bomberos de Panamá y estamentos de seguridad nacional (Policía Nacional, Servicio Aeronaval, Servicio Nacional de Fronteras, entre otros), además de los voluntarios de Medcom, familiares y otras personas comprometidas que se sumaron de distintas maneras en el proceso.

- 2 Días de reportajes continuos en todas las emisiones de Telemetro Reporta, retransmisiones en Telemetro Radio.
- 9 Pases diarios en vivo, en las 3 ediciones de Telemetro Reporta y retransmisiones en Telemetro Radio.
- 1 Horas de transmisiones en vivo en Telemetro Radio y Caliente



EDUCACIÓN

Atención, Atención

Programa infantil que utiliza la música, el movimiento, las imágenes y los colores integrados en el juego y el baile para enseñar los valores y ofrecer contenidos educativos a niños en la etapa preescolar, de una forma divertida y a través de una experiencia audiovisual única.

Tremenda Nota

La campaña nacional Tremenda Nota formó una alianza este año con la Fundación Pro Niños de Darién, que surge debido a la necesidad de esa organización, para suplir de útiles escolares a sus más de 6mil beneficiarios en la provincia de Darién. La campaña cumplió 20 años recolectando libros y útiles escolares para niños en edad escolar de escasos recursos, que residen en áreas alejadas del país, creando rincones de lectura y entregando artículos nuevos para que los estudiantes puedan tener un buen inicio de clases.



i

Tiempo de emisión: Sábados de enero a diciembre.
Total de horas: 26
Alcance: 55.370 personas

i

Total Hombres y Mujeres: 3-99
Spots: 153
Alcance: 55%



PREVENCIÓN DE VIOLENCIA

Mundial del Barrio

'Mundial del Barrio' -Copa Cable Onda- forma parte de las estrategias de prevención de violencia del Movimiento Nueva Generación. Al encajar perfectamente en los pilares de Prevención y Deporte, de la estrategia externa de RSE Medcom, representa una interesante y exitosa alianza multisectorial. Por el sector social, participan las organizaciones Club Activo 20-30, Panamá Verde y Cruz Roja. Por parte de la empresa privada, participan los clientes de Medcom que con sus aportes, sufragan los costos de realización de todo el campeonato. Por el sector público, participan instituciones como Pandeportes, Policía Nacional, y Servicio Nacional de Fronteras, entre otras.

'Mundial del Barrio' fomenta valores a través del deporte, pues recibe a niños y niñas, entre los 3 y los 16 años de edad, provenientes de barrios de escasos recursos de todo el territorio nacional, que, como condición para jugar, tienen que participar en talleres de formación y valores antes de cada partido, siendo este el factor principal de aporte social.

Se apoya este proyecto con transmisiones en vivo de los partidos por las pantallas de RPCTV y COS, reportajes, menciones, entrevistas y una bonificación especial para los anunciantes.



10 provincias del país / 39 sedes

5,706 partidos jugados

9,510 niños y niñas beneficiados

246 horas de capacitación

Transmisiones:

20 transmisiones en vivo por las pantallas de RPCTV y COS.

18 partidos de 1 hora= 18 horas

8 programas especiales de media hora = 4 horas

Jornadas de Inauguración y Clausura= 3 horas

Historias de mi Barrio

Es una iniciativa del Ministerio de Vida Abundante (MUVA), en conjunto con nuestra plataforma de divulgación social gratuita “Sumándonos” y la pantalla Telemetro. En esta convocatoria participan grupos juveniles de alto riesgo social que en solo 4 días deben armar su propio cortometraje. Un total de **46 jóvenes de 5 barrios**: Barraza-El Chorrillo, 24 de Diciembre, Santa Cruz, Barrio Norte-Colón y El Relleno-Curundú realizaron un total de **570 tomas para los 5 cortometrajes**, con un total de **3 horas y 53 minutos** grabados. Ellos crean las historias, actúan y filman cada pieza, que es transmitida en horario estelar de Telemetro, todas con mensajes aleccionadores y positivos inspirados en las realidades de violencia en sus barrios.



Total de horas: 1 hora –
del 28 de noviembre al 2 de diciembre.
Alcance: 194,760 personas



PLATAFORMA *CON FINES SOCIALES*

El conglomerado de medios Medcom tiene una amplísima difusión en todo el país, alcanzando con nuestra señal, tanto de radio como de televisión y digital, a miles de hogares y a cientos de miles de panameños. Conscientes de esta responsabilidad, nos esforzamos por transmitir contenido balanceado y de calidad, que cumpla con las expectativas de las audiencias y grupos de interés, al tiempo que respete y acate las disposiciones del Acuerdo de Autorregulación de los Medios de Panamá.

CONTENIDO POSITIVO

Apóyate en mí

Apóyate en mí busca llevar bienestar y soluciones sostenibles, que se traduzcan en calidad de vida, a los más necesitados, facilitando los medios a cada familia, asociación o grupo de personas que tengan un fin en común para mejorar su vida. Junto a un presentador de nuestra pantalla, y con el apoyo de los patrocinadores, trabajamos en conjunto para buscar soluciones a largo plazo a través de actividades que sean sostenibles en el tiempo. El programa contó con reportajes, menciones, entrevistas y una bonificación especial.



**APÓYATE
EN MÍ**



Transmisión: 1 hora – 23 de octubre

Esa Cabellera Blanca

Con 41 años de emisión, este programa es un importante referente en el imaginario colectivo de todos los panameños y es esperado cada año por toda la ciudadanía. El equipo de producción, recorre el país para resaltar la vida de madres que, con su esfuerzo y dedicación, han levantado a sus familias en circunstancias de pobreza y con muchas dificultades.

Es un homenaje a las madres, que contó con varios programas especiales y una gran gala final.



GALA ESA CABELLERA BLANCA / 2 de diciembre

Total de horas: 2.5 horas

Alcance: 331,450 personas

PROGRAMAS ESPECIALES

ESA CABELLERA BLANCA / 20 y 27 de noviembre

Total de horas: 3 horas

Alcance: 173,660 personas



Total de horas: 1.5 horas. 16 de junio.

Alcance: 309,170 personas

Calle 7/ Gira #cerobullying

Esta mega producción se ha convertido en uno de los grandes éxitos del contenido nacional, donde las competencias físicas y deportivas son la fuente de entretenimiento sano para toda la familia.

Además de contar con segmentos de ayuda social, divulgación de obras benéficas, visitas de carácter cultural y motivacional, el programa desarrolló, por segundo año, la Gira #cerobullying, con el apoyo de la Fundación Relaciones Sanas.

Esta alianza incluyó entrenamiento profesional para los competidores y presentadores de Calle 7, sobre la problemática del bullying en Panamá, visitas a colegios primarios y secundarios oficiales, con el mensaje de identificación de los factores del acoso escolar y promoviendo el cese del círculo de violencia en las escuelas.





A continuación las principales acciones sociales de Calle 7 durante el 2016:

Actividad	Beneficiario	Fecha
Desfile de las mil polleras	Promoción cultural	17 de enero
Apoyo al Proyecto Los Niños Primero	NUTRE HOGAR	20 de enero
Inclusión en equipo de producción de joven especial	Inclusión laboral de personas con discapacidad	2 de febrero
Clausura Campamento de Verano de Pandeportes	Jóvenes deportistas	19 de febrero
Calle 7 Kids se suma a Tremenda Nota	Fundación Pro Niños del Darién	29 de febrero
Campamento de verano	Fundación Pro Niños del Darién	3 de marzo
Lanzamiento FEST4U	Fundación de Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer	21 de marzo
Conferencia con Dr. Fit (Médico del programa) y participación en FEST4U	Fundación de Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer	4 de abril
Visita escolar para promoción de valores	Escuela Desmond Byam. Provincia de Colón	12 de abril
Feria Yo Reciclo	País, recolección y reciclaje de desechos	13 de abril
Visita escolar para promoción de valores	Centro Amador Guerrero en Barraza	20 de abril
Participación Calle 7 en carrera de cayucos	Paddle for a Cause	26 de abril
Visita y entrega de sorpresas por parte del Campeón de Calle 7	Niño con discapacidad en Cerro Silvestre, Arraiján	25 de mayo
Visita escolar para promoción de valores	Escuela República de Venezuela	6 de junio

Actividad	Beneficiario	Fecha
Celebración de los 15 años con su competidor favorito	Abigail Ortega, víctima del envenenamiento por dietilenglicol	16 de junio
Visita y entrega de donaciones junto al Club de fans y un competidor	Familias en Altos de Jesús, Veraguas en situación de extrema pobreza	22 de junio
Colecta en calles, junto a Voluntarios Medcom	Campaña arquidiocesana	1 de julio
Entrega de llaves a la Casa C7 y artículos de primera necesidad	María Smith, de los Llanos de Curundú	15 de julio, celebrando el Día del Niño
Tour de escuelas y Centro de Alcance de Brooklyncito con actividades lúdicas y conversatorio sobre acoso escolar	Escuela del Japón (Colón)	8 de septiembre
Lanzamiento de la Teletón 20-30 2016 y presentación de niña símbolo	Teletón 20-30	8 de septiembre
Presentación de problemas en escuelas de escasos recursos y actividades lúdicas con los niños	Escuela de El Naranjal (Aguadulce)	12 de septiembre
Actividades de recolección de fondos	Escuela Cefacei del Llano Santa Rosa, (Capira)	13 de septiembre
Acpañamiento a la actividad intercolegial del SPI, competencias lúdicas con niños y jóvenes	Niños y jóvenes del Casco Antiguo	14 de septiembre
Recepción de donación de útiles escolares de cliente El Campeón	Escuela de El Naranjal (Aguadulce)	28 de septiembre
Entrega de donación de El Campeón	Escuela de El Naranjal (Aguadulce)	3 de octubre

Actividad	Beneficiario	Fecha
Sorpresa de Tu Mañana y Calle 7 a paciente Lisette Martínez de Fanlyc	Fundación de Amigos del Niño con Leucemia y Cáncer	11 de octubre
Empaque de alimentos juntos a voluntarios	Banco de Alimentos de Panamá	13 de octubre
Carrera por celebración de aniversario del programa	Comunidad en general	17 de octubre
Sorpresas y juegos por el Día del Estudiante	C.E.B.G Louis Martin (San Miguelito)	18 de octubre
Celebración por Día Internacional de la lucha contra el cáncer de mama, junto de la Autoridad de Aseo	trabajadoras de la autoridad de Aseo	19 de octubre
Celebración del Día del Estudiante		1 de noviembre
Participación en McDía Feliz	Fundación Ronald McDonald	18 de noviembre
Jornada de recolección de basura en la playa	Comunidad de Veracruz	18 de noviembre
Visita a sede de la Asociación Projuventud de San Felipe (Aprojusán).	Barrio de San Felipe	22 de noviembre
Visita a la escuela San Francisco de Asís	Escuela San Francisco de Asís, Villa Zaita	12 de diciembre
Participación en el evento 'Encontrando el camino correcto', del Meduca y la Policía Nacional	Comunidad educativa, Ministerio de Educación y Policía Nacional	13 de diciembre
Participación en evento para la prevención del uso de drogas en la 24 de diciembre	Función Clamor del Barrio	15 de diciembre

Actividad	Beneficiario	Fecha
Voluntariado como animación en la Teletón 20-30.	Club activo 20-30	19 de diciembre
Entrega de regalos a familias de escasos recursos	Municipio de Pinogana, (Darién)	28 de diciembre
Participación en sesión de equinoterapia	IPHE, Chilibre	29 de diciembre



Top Chef / Top Chef especial de Navidad

En el 2016, el equipo de producción Telemetro se enfrentó a un reto difícil pero enriquecedor: hacer de Top Chef Panamá una realidad de contenido positivo y familiar en horario estelar. Producción Telemetro demostró que se puede hacer televisión entretenida y de calidad excepcional, transmitiendo mensajes relevantes, como la importancia de la preparación y la dedicación, la motivación para el estudio de carreras no convencionales que abren nuevos caminos profesionales para jóvenes, resaltar las costumbres nacionales, promover la gastronomía panameña, sus orígenes e historia, realce de valores familiares y del trabajo en equipo.

Los participantes visitaron el Banco de Alimentos de Panamá como parte de la labor social y de divulgación del programa. Además, el chef ganador, Hernán Correa, anunció la creación de una fundación después de constatar la gran merma de alimentos que se da en Panamá.

Finalizada la temporada, Top Chef Panamá lanzó un especial de Navidad en el que manteniendo nuestro compromiso social, cada chef acompañado de una celebridad, representó a una fundación. La pareja ganadora le otorgaría a su fundación 5 mil dólares. Las fundaciones representadas fueron: Aid For Aids, Fundación Telefónica, Cuerpo de Voluntarias del Hospital del Niño, Proyecto Centros de Alcance por mi Barrio de United Way, Pro niños del Darién, Fundación PROED, Patronato Nacional de Nutrición, Olimpiadas Especiales, Centro de Atención Integral de Barraza del Movimiento Nueva Generación, Fundación Operación Sonrisa, Banco de Alimentos de Panamá y Fundación Juan Pablo II, la cual resultó ganadora.

i

Total de horas Top Chef: 22 horas –
del 5 de septiembre al 29 de noviembre.

Alcance: 273,950 personas

Total de horas Top Chef Navidad: 2 horas –
12 y 19 de diciembre.

Alcance: 252,810 personas



Noticieros

Los espacios informativos representan una extraordinaria posibilidad de brindar contenido positivo, de carácter social, de docencia y formación para los televidentes. Es así como se mantienen segmentos específicos que permiten satisfacer esa necesidad de la audiencia.

Segmento	Descripción	Minutos de Contenido
ECONOMÍA	Consejos para mejorar la economía del hogar	31 minutos
DEFIENDE TU DERECHO	Recomendaciones útiles sobre derechos de los consumidores	81 minutos
REPORTERO CIUDADANO	El espacio de denuncias comunitarias más importante y efectivo del país, por su alto nivel de solución de problemas, a nivel nacional	496 minutos
TECNOLOGÍA	Nuevas opciones tecnológicas que mejoran la calidad de vida	118 minutos
ENTRE LETRAS	Presentación y crítica de obras literarias	40 minutos
LA BUENA NOTICIA	Notas de carácter positivo	13 minutos
EN LAS ENTRAÑAS DE LA COMARCA	Radiografía de la situación de vida en las comarcas indígenas	39 minutos
CASOS HUMANOS CON AYUDA SOCIAL	Historias de situaciones sociales complejas que requieren apoyos extraordinarios, de salud o mejora de condiciones de vida	96 minutos
TELEMETRO REPORTA VERDE	Temas ambientales desde la perspectiva de la conservación	*ver detalle en Esfera Ambiental

AMPLIACIÓN DEL CANAL DE PANAMÁ

Ampliando Horizontes y El Canal de Todos (Cobertura especial de la ampliación del Canal de Panamá)

La inauguración del canal ampliado se asumió como un proyecto especial de divulgación de los medios Medcom, que incluyó varios meses de reportajes semanales, transmisión en vivo todos los viernes desde las Esclusas de Miraflores, entrevistas cápsulas informativas, contenido streaming y piezas promocionales. Además, el día del primer tránsito por el canal ampliado, se realizó una transmisión en vivo que duró más de 12 horas y que incluyó la presencia exclusiva de nuestro equipo periodístico a bordo de la embarcación.

Además se desarrolló una serie de 8 especiales de alta calidad audiovisual, sobre la historia de la ampliación del Canal de Panamá. Estos fueron transmitidos cada miércoles entre el 11 de mayo y el 23 de junio, para un total de 4 horas adicionales de contenido relacionado con esta gran obra de ingeniería.

Ampliación Del Canal De Panamá

Dada la magnitud de esta obra de ingeniería y su impacto social y económico para el país, los medios Medcom asumieron su rol de informar sobre los detalles, tanto de la construcción, su impacto en el comercio mundial, el desarrollo nacional, así como todo lo relacionado con la ceremonia de inauguración y el tránsito inicial del buque Cosco Shipping Panamá.



Los programas y coberturas fueron:

AMPLIANDO HORIZONTES

Total de horas: 8:10 horas Alcance: 127,890 personas

COBERTURA RADIAL

Total de horas: 12 horas

EL CANAL DE TODOS

Total de horas: 13:56 horas – 26 de junio

Alcance: 607,710 personas

Premios y Reconocimientos

La labor de nuestros periodistas también es reconocida por organizaciones que premian distintas temáticas de impacto social. Raúl López Aranda, de Telemetro Reporta, es el periodista más premiado del país y en 2016 recibió **6 galardones**.

En el Primer Concurso Nacional de Comunicación y Discapacidad Luis A. Daniel H., organizado por la Secretaría Nacional de Discapacidad, resultaron ganadores los periodistas de Telemetro Reporta Raúl López Aranda, con el primer y segundo lugar en la categoría televisión (“Karate: terapia de guerreros” y “Discapacidad y Pobreza: un doble desafío”) y Milagros Córdoba con Mención Honorífica por el trabajo “Historia de Vidas”.

En el Premio de Prensa Fernando Eleta Casanovas, el periodista López Aranda fue el ganador de la Categoría Televisión/ Patrimonio Natural con el trabajo “Sequía en Azuero: el castigo de la naturaleza”. También recibió el Premio de Prensa Carmen Miró, por el reportaje “Envejecimiento Poblacional: Más allá de los Años”, otorgado por la Universidad de la Tercera Edad, el Arzobispado de Panamá y la Federación Iberoamericana de Asociaciones de Personas Adultas Mayores, FIAPAM. Además, fue el ganador de dos premios DIVA, entregados por la Fundación Festival Latino de Cine y Televisión por: Mejor Reportaje Cultural y Mejor Reportaje sobre Patrimonio Histórico.

Por su parte, la periodista de RPC Radio, Diana Rodríguez, recibió el Premio a la Excelencia Ambiental, en la categoría Periodismo Ambiental, otorgado por el Ministerio de Ambiente, por su reportaje “Rescate del Chorro de la Chorrera, el precio de la contaminación.”

Franjas familiares, variadas e infantiles

En Medcom consideramos que el tiempo de calidad destinado a programas familiares es importante para que puedan transmitirse valores. En nuestras pantallas, cada año, se destinan **más de 2,500 horas** para una programación especialmente dirigida a los niños, jóvenes y a las familias. Así como películas y series latinas que exalten nuestra cultura y nuestras costumbres.

Películas familiares

Total de horas: 884 horas – de enero a diciembre. (Sábados: 6 franjas fijas.
Domingos: 3 franjas fijas)

Alcance películas familiares (sábado 10 a.m. a 6 p.m. y domingo 1:30 p.m. a 6 p.m.):
137,190 personas

Total de horas películas familiares domingo en prime time: 104 horas

Alcance películas familiares domingo en prime time (7 p.m.): 274,630 personas

Franja infantil semanal

Total de horas: 234 horas - sábados y domingos en las mañanas.

Alcance: 34,710 personas

En RPC:

Total de horas: 1429 - de lunes a viernes de 6:00 a.m. a 11:00 a.m. y sábados de 6:00 a 10:30 a.m.

Alcance: 101,950 personas de lunes a viernes
105,730 personas / sábados.

Violetta

Serie Juvenil dramática y musical que resalta amor, amistad y familia.



Total de horas: 72 horas
Alcance: 79,270 personas

Películas latinas

Con el fin de brindar un contenido diferenciador, RPCTV mantiene la transmisión de películas y series latinas que buscan generar conexión con la cultura local y a manera de apoyo y promoción a los productores latinoamericanos. En 2016 se programaron 42 títulos latinos entre películas y seriados en su parrilla.

<i>Titulos</i>	<i>Horas</i>	<i>Alcance</i>
<i>Arroba</i>	<i>2</i>	<i>85,490</i>
<i>Até Que A Sorte Nos Separe</i>	<i>2</i>	<i>48,240</i>
<i>Bacalar</i>	<i>2</i>	<i>55,610</i>
<i>Ciudad de Dios</i>	<i>2</i>	<i>95,080</i>
<i>Ciudad Delirio</i>	<i>2</i>	<i>67,180</i>
<i>El Caballero y La Princesa</i>	<i>2</i>	<i>27,470</i>
<i>El Cheque</i>	<i>2</i>	<i>127,640</i>
<i>El Ratón de los Dientes 2</i>	<i>2</i>	<i>33,480</i>
<i>En fuera de Juego</i>	<i>2</i>	<i>81,910</i>
<i>Escándalos</i>	<i>25</i>	<i>47,550</i>



Total de horas: 63

<i>Titulos</i>	<i>Horas</i>	<i>Alcance</i>
<i>Guetto 2: El Poder de 5</i>	<i>2</i>	<i>133,270</i>
<i>Kenke</i>	<i>2</i>	<i>63,580</i>
<i>Libertador</i>	<i>2</i>	<i>117,350</i>
<i>Los Super</i>	<i>2</i>	<i>55,790</i>
<i>Mega Diva</i>	<i>2</i>	<i>71,150</i>
<i>Navidad S.A.</i>	<i>2</i>	<i>71,050</i>
<i>Nosotros los Nobles</i>	<i>2</i>	<i>128,780</i>
<i>Nueve Reinas</i>	<i>2</i>	<i>42,620</i>
<i>Quedate Conmigo esta Noche</i>	<i>2</i>	<i>51,620</i>
<i>Vamos de Robo</i>	<i>2</i>	<i>50,390</i>

Transmisiones de carácter religioso

En Medcom tenemos muy presentes a aquellos televidentes que desean reforzar su fe a través de nuestra programación. Desde nuestra parrilla, tratamos de enaltecer la devoción religiosa del pueblo panameño. Nuestro apoyo incluye, tanto las coberturas especiales del calendario litúrgico de la Arquidiócesis de Panamá, como producciones propias y de terceros que abarcan un gran espacio de nuestra programación.

Un minuto para Dios

Mensajes positivos que dan apertura a la programación matutina.



La Santa Misa

Misa dominical semanal.



Cobertura de la procesión del Cristo Negro de Atalaya / 14 de febrero

Transmisión en vivo de la celebración del Cristo Negro de Atalaya.



Cita Eucarística / 22 de mayo

Transmisión en vivo de la XLVI versión de la Cita Eucarística en el Año Jubilar.



Total de horas: 2.5
Alcance: 129,980 personas

Películas religiosas / 24 y 25 de marzo

Películas religiosas durante los días de Semana Santa.



Total de horas: 32 horas
Alcance: 116,230 personas

La Rosa de Guadalupe

Serie familiar que responde a la aspiración de todo ser humano de creer en los milagros. Sus capítulos presentan temáticas de la realidad cotidiana familiar, juvenil, de pareja, social y la forma como se pueden ser resueltas positivamente, estimulando el diálogo y la confianza.



Total de horas: 522 horas – de lunes a viernes
1:00 p.m. y 3.00 p.m
Alcance: 151,420 personas

Abrid las Puertas al Redentor/Un mensaje al corazón.

Programas católicos que se transmiten por RPCTV con mensajes positivos para empezar la semana.



ABRID LAS PUERTAS AL REDENTOR

Total de horas: 32.11 horas
Alcance: 4,560 personas



UN MENSAJE AL CORAZÓN

Total de horas: 21.42 horas
Alcance: 4,650 personas

Tu Mañana

Es el programa revista matutino de mayor relevancia en Panamá, una vitrina permanente de divulgación de múltiples ONG, sus causas y actividades, que son abordadas a través de diversos formatos audiovisuales como entrevistas, reportajes, menciones, bumpers o cápsulas informativas.

En 2016 asumieron además causas tan importantes como: Yo apoyo a mi tocayo, (entrevistas, menciones, reportajes y cápsulas). Outlet del amor, (entrevistas, menciones, reportaje y las caras de Tu mañana asistiendo al evento), Día de las Buenas Acciones, Día Nacional del Voluntariado, Día del Abuelo, Día Mundial del Lupus, Día de la Tercera Edad. Día del Niño, reportajes especiales desde la comarca Gnäbe-Buglé para Los Niños Primero, el reparto de obsequios para la actividad de la Fundación Pro Niños del Darién. Visita al asilo Bolívar. Fundación Make a Wish, Teletón 20-30, la campaña contra el cáncer de mama incluyendo tanto la propia de Medcom como la desarrollada por la Primera Dama de la República.

También tuvieron un novedoso aporte social que incluyó la divulgación de importante información para el período del embarazo, además, el programa realizó un baby shower masivo para televidentes embarazadas de sectores populares de la capital.

Contenido Radial

Mañana Espectacular

Transmisión del programa Mañana Espectacular de RPC Radio desde el Patronato Luz del Ciego para hacer docencia sobre la misión de la Fundación Patronato Luz del Ciego. Se llevaron regalos y se compartió un rato ameno con las madres y las abuelas en su día.



Total de horas: 2 horas – 8 de diciembre.

Historia, civismo, folklora y cultura

Historia

Tu gran historia

Programa especial realizado por la Autoridad del Canal de Panamá en celebración de la inauguración de las nuevas esclusas de Cocolí y Agua Clara.



Total de horas: 1 hora - 24 de junio.
Alcance: 245,310 personas

9 de Enero, el día que dijimos presente

Transmisión de una película alusiva a los acontecimientos patrióticos del 9 de enero de 1964, producida y dirigida por el equipo de Telemetro.



Total de horas: 2 horas – 9 de enero.
Alcance: 181,420 personas

Documental sobre el Bus 8B-06

Documental que relata la tragedia nacional del bus 8B-06 que se incendió atrapando en su interior a numerosos panameños, víctimas de este desafortunado acontecimiento.



Total de horas: 1 hora - 20 y 21 de enero.
Alcance: 215,400 personas

Civismo

Himno Nacional

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

Desfiles patrios

Transmisión en vivo de los desfiles que las entidades gubernamentales, grupos privados y colegios del país realizan en celebración de los procesos de independencia y separación de Panamá.



Total de horas: 7 horas - 3 y 4 de noviembre.
Alcance desfiles patrios 3 nov.: 136,750 personas
Alcance desfiles patrios 4 nov.: 159,070 personas

Folklore y cultura nacional

A lo panameño

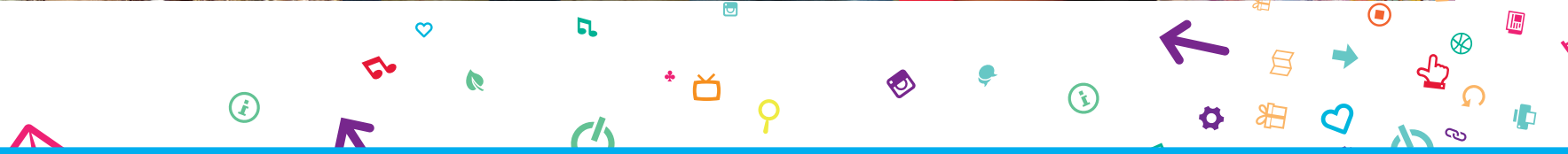
Programa que destaca los elementos del folklore y la cultura panameña, viajando por toda la geografía nacional. Promueve costumbres, gastronomía, música, historia, festividades, personajes, leyendas y todos los elementos de la cultura nacional.



Total de horas: 50 horas – sábados de enero a diciembre a las 7.00 p.m.



medcom®



A lo Panameño, programa especial de Corpus Christi

Transmisión en vivo del programa A lo Panameño con las actividades folklóricas y religiosas que se celebran en la provincia de Los Santos, para conmemorar la festividad del Corpus Christi.



Total de horas: 2 horas – 4 de junio.
Alcance: 154,490 personas

Desfile de las Mil Polleras

La cuidada transmisión del Desfile de las Mil Polleras exalta y muestra en todo su esplendor nuestro traje nacional, que es uno de los más hermosos del mundo. En la transmisión en vivo desde la ciudad de Las Tablas, cuna del folklore nacional, los televidentes pueden apreciar la belleza y la prestancia de este hermoso legado patrimonial al tiempo que aprenden sobre su historia y uso correcto.



Total de horas: 5 horas – 16 de enero.
Alcance: 190,550 personas

Impulso al teatro en MallTV

Como parte del aporte al desarrollo cultural, en MallTV se ejecuta una dinámica constante de apoyo a la puesta en escena de obras de teatro en la localidad. En el 2016 se apoyaron **11 obras** en los siguientes teatros: 7 obras en el teatro La Estación; 2 obras en el teatro La Quadra; 1 obra en el Teatro Bambalinas; 1 del Teatro En Círculo



Total de horas: 1 gacetilla de 30 ss. por 10 meses, pautando 6 veces al día por 30 días del 16 de febrero al 23 de diciembre.

Exposición en redes sociales: 1 publicación diaria en FB, TW e IG por 10 meses del 16 de febrero al 23 de diciembre.

Primera llamada

Programa de radio de corte cultural, que se transmite todos los sábados durante 1 hora y media, dirigido por Ramón Serrano, donde se resaltan las industrias del teatro, el cine, el folklore y todo lo relacionado con la cultura, el arte y los artistas nacionales de diferentes ramas. Ofrece un aporte cultural de docencia y aprendizaje para todos nuestros radioescuchas.

ALIANZAS DE CONTENIDO

Concurso Nacional de Oratoria

A lo largo de 11 años las pantallas de Telemetro y RPCTV han sido patrocinadoras de este concurso reconocido por el gran impacto que tiene en la educación integral de la juventud panameña, promoviendo la investigación y el análisis de temas nacionales y fomentando su liderazgo y conciencia ciudadana.

Es una alianza entre Medcom, la empresa Cable & Wireless, el banco Caja de Ahorros y el Ministerio de Educación, siendo una palestra donde más de diez mil estudiantes de todo el país participan de las audiciones, contando siempre con el apoyo de sus padres y educadores. El concurso que este año tuvo como tema: “*Agua para todos, el reto frente al cambio climático,*” se transmitió en vivo en ambas pantallas, y hubo reportajes, menciones, entrevistas, atenciones personales a los participantes y una bonificación especial para los anunciantes.



Total de horas: 3:56 horas
Alcance: 325,670 personas



Total de horas: 78 horas

Concurso Nacional por La Excelencia Educativa

En 2016 RPCTV transmitió el ‘Concurso Nacional por La Excelencia Educativa’, programa que busca sembrar en la ciudadanía la expectativa de una mejor educación. Esta iniciativa, desarrollada por la Fundación para la Promoción de la Excelencia Educativa, fomenta una cultura de evaluación y proyecta el importante rol del docente panameño. El proyecto incluyó entrevistas, coberturas, reportajes, perfiles de escuelas finalistas y la transmisión en directo de la gala de premiación, tanto en radio como en TV.



Total de horas: 1.5
Alcance: 139,37 personas en RPC
291,760 personas en Telemetro
1,675 spots en radio y televisión

Teletón 20-30

Transmisión en vivo y producción técnica de la Teletón organizada por el Club Activo 20-30. Una transmisión ininterrumpida de 30 horas que también incluye, previamente, entrevistas, coberturas y menciones que buscan generar conciencia sobre la meta a lograr.

Caminos de esperanza

Reportajes especiales con historias de personas que luchan arduamente para salir adelante, como preámbulo a la transmisión de la Teletón 20-30.

Testimonios de esperanza

3 programas de 30 minutos con las vivencias de tres reconocidas figuras de Medcom, sobrevivientes de cáncer: Juan Carlos Tapia, Karen Chalmers y Richie Olivella, destinados a generar conciencia sobre la prevención y detección temprana.



Total de horas: 1.5 horas - 28 de octubre al 18 de noviembre.
Alcance: 197,700 personas

Desfile de Navidad de la Alcaldía de Panamá

Transmisión en vivo del desfile de Navidad que organiza la Alcaldía de Panamá, con personajes infantiles y la participación de populares figuras de la televisión.



Total de horas: 30 horas – 17 y 18 de diciembre
Alcance: 161,77 personas en RPC
394,750 personas en Telemetro



Total de horas: 1 hora - 14 y 15 de diciembre.
Alcance: 394, 750 personas



Total de horas: 11 de diciembre - 1 hora.
Alcance: 146,910 personas

ALIANZAS COMERCIALES CON FINES SOCIALES

Mc Día Feliz

Esta actividad reúne a las figuras de televisión y radio de Panamá para promocionar la venta del emparedado Big Mac, cuyas ganancias de ese día son destinadas a las causas que lidera la Fundación Ronald McDonald. Este año, como siempre, participaron figuras de nuestras pantallas de Telemetro y RPC, y se les otorgaron pases en vivo, reportajes, entrevistas y una bonificación especial en la pauta de la promoción invitando del evento.



CONTENIDO DE PROVEEDORES EXTERNOS

Tu Canal al día

Programa informativo donde se actualiza a la ciudadanía sobre las distintas actividades sociales y de entretenimiento, desarrolladas por la Autoridad del Canal de Panamá. Este programa es una magnífica oportunidad para entretener y educar sobre el funcionamiento de nuestro Canal.



Total de horas: 6 horas - de enero a diciembre.

Alcance: 59,930 personas

Causa Común

Programa mensual en el que, durante media hora, se promueve la Responsabilidad Social y el Voluntariado corporativo. Presenta reportajes de iniciativas de empresas, así como acciones de ONG, comunidades y de carácter ambiental.

What's up Panamá

Programa que muestra a héroes anónimos, panameños que realizan trabajos cotidianos pero indispensables, para aprender de ellos y valorar lo que hacen.

Agro y más

Programa dedicado a la agricultura, ganadería y todo tipo de actividad tanto industrial, como turística en Panamá.



Total de horas: 5.5 horas – de enero a diciembre.

Alcance: 71,910 personas



Total de horas: 3:02 horas

Alcance: 17,460



Total de horas: 46.39 horas

Alcance: 16,360 personas

SUMÁNDONOS

Medcom implementó desde el año 2005, SUMÁNDONOS, como un sistema multi mediático de apoyo social. A través de esta plataforma, se dona tiempo aire a todas las asociaciones, fundaciones u organizaciones de la sociedad civil, sin fines de lucro, que necesiten difundir sus actividades. La plataforma utiliza formatos de divulgación como lo son coberturas, entrevistas, menciones y cápsulas informativas en nuestros diversos espacios comerciales y de contenido radial, digital y televisivo, en señal abierta o por cable. SUMÁNDONOS está disponible para todos aquellos que cumplan sus sencillos requisitos de uso, como por ejemplo, que sus comunicaciones estén debidamente traducidas para las personas con discapacidad auditiva.

SUMÁNDONOS 2016

Total de ONG's beneficiadas:	132
Monto asignado en cortes comerciales:	B/. 6,663,549.40
10,629.5 Minutos en cortes comerciales	9 pases en directo
280 entrevistas	31 paquetes de menciones
71 coberturas	1 producción de cuña
1 transmisión en directo	13 reportajes
36 publicaciones en redes	Otros formatos: 442

Voluntariado MEDCOM

En el mes de abril de 2016, la empresa anunció a todos los colaboradores, la decisión gerencial de otorgar 16 horas laborales que cada uno podría utilizar con cualquiera de las 16 ONG dentro del programa de Voluntariado Corporativo y con las cuales la empresa mantiene estrechas relaciones sociales. Para ello, fue necesario crear una herramienta digital, que funciona en la intranet de la empresa, ofreciendo información semanal sobre ofertas de voluntariado, documentación de horas voluntarias y donde se evalúa la experiencia que tuvo el voluntario en esa organización o actividad. De esta manera, es posible generar indicadores de la gestión integral del voluntariado.

Esta iniciativa ha sido un rotundo éxito y se superó ampliamente la meta propuesta de 9,335 horas de voluntariado en el año, ya que los voluntarios hicieron 18,532 horas desde abril a diciembre apoyando tanto en actividades de las ONG aliadas como de los proyectos Medcom, que son parte de nuestra estrategia externa de RSE.

Es importante destacar que los colaboradores no solo superaron las 16 horas laborales autorizadas por la empresa, sino que utilizaron horas personales, principalmente en fines de semana, para participar en gestiones con las que sienten gran vinculación y compromiso.

Los Voluntarios Medcom, no solo acuden a las organizaciones, hospitales, escuelas o comunidades, sino que pueden trabajar en la variable pro bono por medio de la cual, estando en la oficina y/o utilizando su expertise laboral, apoyan a las organizaciones (diseñadores gráficos, apoyo administrativo y de back office, producciones y transmisiones, reportajes y participaciones en Juntas Directivas, Juntas de Síndicos y comités de trabajo de las ONG, entre otros).

TOTAL ESPERADO	HORAS LABORALES	HORAS PERSONALES	TOTAL
9,335	14,447	3,905	18,532





ESFERA LABORAL



Una activa gestión del talento humano ha permitido el desarrollo positivo de los colaboradores, en un ambiente sano y seguro, con oportunidades de crecimiento y desarrollo, al punto de que las mediciones hechas en este rubro, arrojan resultados en el 88% de cumplimiento de las prácticas de derechos humanos según la medición INDICARSE del 2016.

En el año 2016 se crearon 17 nuevas políticas, entre las cuales se encuentran temas de gran relevancia como: manejo de accidentes laborales, implementos de seguridad, apropiado manejo de botiquines, seguridad y salud ocupacional.

Dos de esas nuevas políticas tienen un impacto mayor, toda vez que se documenta la inclusión laboral de personas con discapacidad y se crea el reconocimiento “Buena Esa”.

La política de inclusión laboral busca fomentar la igualdad de oportunidad laboral reduciendo el estigma y discriminación de las personas con discapacidad, así como incrementar el respeto y los derechos de los trabajadores que padezcan alguna discapacidad. En el documento, se reconoce la importancia de la inclusión laboral de las personas con discapacidad, dentro de los principios de equidad e igualdad de oportunidades, generando una cultura de respeto a la diversidad.

Igualmente se establece que el proceso de Reclutamiento y Selección, se realizará sobre una base de no discriminación, brindando a las personas con discapacidad, oportunidades laborales.

Por otra parte, el reconocimiento “Buenas Esa” busca resaltar las acciones cónsonas con los valores corporativos, destacando públicamente a los colaboradores que llenan estas cualidades.

Les Presentamos
El Programa de Reconocimiento

Buena Esa

¿En qué consiste?

A partir de octubre 2016, los líderes de cada área podrán reconocer aquellos colaboradores que modelen nuestros valores, así como la responsabilidad y servicio al cliente:

RESPONSABILIDAD **COMPROMISO SOCIAL** **PASIÓN** **INTEGRIDAD**

CREATIVIDAD **RESPECTO** **TRABAJO EN EQUIPO** **SERVICIO AL CLIENTE**

GESTIÓN HUMANA

Tendrás la oportunidad de ganar premios mensuales, además de acumular puntos para participar por el premio anual otorgado a **VALORES MEDCOM**.

¡Te exhortamos a poner en práctica nuestros valores corporativos día a día!

Nota: Se adjunta documento con mayor información del programa.

medcom

FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

Capacitación

El crecimiento del colaborador requiere una constante formación que modernice sus conocimientos y los adecúe a las variantes características de la industria y el mercado.

Es así como en 2016 se brindaron **2,112 horas totales de capacitación**, con un promedio de **4 horas por colaborador** y una inversión estimada en **B/. 403,237.34**. Participaron **528 colaboradores (65%)**.

Se atendieron **44 temas distintos**, acorde con las diferentes áreas de la empresa y que incluyeron desde aspectos técnicos hasta otros de contenido profesional o motivacional. Entre los principales temas destacaron: Marketing Trends, Mi Excelencia, Mi Compromiso, Finanzas para no Financieros, Liderazgo e Innovación, Nuevo salario mínimo: implicaciones legales y económicas, Edición de Video (Adobe Premier), Sistema Penal Acusatorio, Dirección de Cámaras, Estrategias de retención de talento humano, Taller de imagen, Indicadores de gestión, Reclutamiento 2.0, CRM y otros.

Además, continuamos con el programa anual “*Creceer*”, que incluyó **14 temas** como: El Súpercolaborador, Resiliencia, Sentido de Pertenencia, Viviendo los Valores, Reingeniería Personal, Servicio al Cliente, Planificación Eficaz, Sinergia Laboral, entre otros.





Becas

Alineados con el objetivo de crecimiento profesional, basado la formación, la empresa también concede becas de estudios. En 2016, fueron **57 becas** otorgadas en distintos niveles educativos y que benefician tanto a los hijos como a los colaboradores. El monto asignado a este rubro fue de **B/. 52,910.00**.

Colaboradores
Beneficiados

Escuelas Primarias	26
Escuelas Secundarias	12
Carrera universitaria (Licenciatura)	9
Posgrado universitario (Maestrías)	10

RECLUTAMIENTO E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

En una empresa que respeta la igualdad, la distribución de las posiciones de mando sustenta ese lineamiento, incluso contemplando que la empresa tiene áreas técnicas en las que hay muy poca presencia femenina.

Fuerza Laboral	Masculino		Femenino		Total
	#	%	#	%	
TOTALES	538	59%	368	41%	960

PORCENTAJES POR GÉNERO

Directores, Gerentes y Supervisores

Tipo de Puesto	Masculino	Femenino
Directores y Directores Adjuntos	5	2
Gerentes Senior y Gerentes	20	26
Supervisores	53	32
TOTALES	78	80

Medcom es una empresa de puertas abiertas a los practicantes estudiantiles, tanto de los niveles de escuela secundaria, como los universitarios. Es así, como recibimos un total de **39 practicantes**, siendo **22 universitarios, 6 escolares y 11 voluntarios**. Con estas prácticas también se abren posibilidades laborales que, en el 2016, fue de **12 estudiantes que fueron contratados** por la empresa.

Además, participamos en el programa Padrino Empresario, iniciativa del Ministerio de Desarrollo Social que trabaja como una alternativa que busca minimizar la vulnerabilidad de jóvenes entre 15 a 17 años, ante los problemas económicos, psicosociales y familiares que enfrentan, con el propósito de asegurar la permanencia escolar y proporcionarles habilidades profesionales para el futuro.

Con esta modalidad, el estudiante asiste a laborar 4 horas diarias en un turno que no afecte su jornada escolar. En 2016 recibimos 33 padrinos empresarios.

BIENESTAR DE LOS COLABORADORES

La generación de bienestar es una tarea constante, sobre todo en una industria de alta competitividad y cambio constante. Ante ello, la Gerencia Senior de Gestión Humana planifica múltiples acciones, alineadas a la Misión, Visión y Valores Corporativos Medcom.





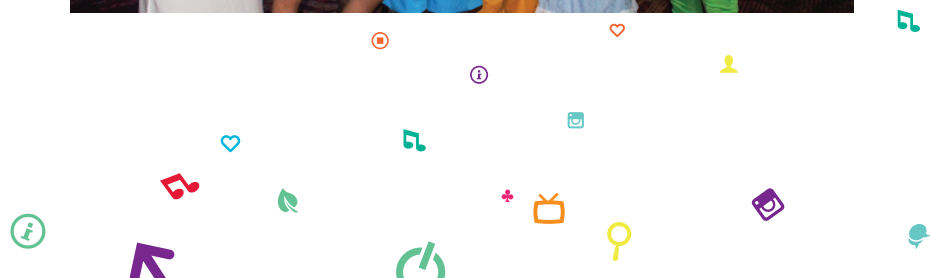
Ligas Deportivas

Se desarrollan diferentes ligas internas, tanto masculinas, como femeninas y mixtas, que contaron con una participación de **350 colaboradores**, a lo largo del año. Así mismo, la empresa apoya la participación de colaboradores en ligas externas, empresariales y gremiales que agruparon a **70 colaboradores** en disciplinas como softball, baloncesto y fútbol.

DEPORTES	CANTIDAD DE PARTICIPANTES	TIPO DE LIGA
Softball	5 equipos 12 jugadores por equipo	Masculina
Fútbol	10 equipos más de 100 colaboradores	Femenina (3 equipos) Masculina (7 equipos)
Cayucos	2 equipos 8 competidores	Equipos mixtos
Bolos	Pre-torneo 19 equipos Final 10 equipos	Equipos mixtos
Voleibol	7 equipos 10 jugadores por equipo	Equipos mixtos

También se organizan ferias que dan la oportunidad a los colaboradores de tener acceso a descuentos, premios, oportunidades de ahorro, inversión, compra de productos, entre muchas otras facilidades, como por ejemplo **2 ferias de salud** y **2 ferias de proveedores**.

Igualmente se conmemoran fechas de carácter relevante para los colaboradores; cada una se desarrolla con distintas modalidades y tipos de celebración, siendo la preferida la **Fiesta de Navidad de los hijos de colaboradores** que nos reúne en un día de mucha diversión, como una gran familia. También se destacan el **día de la madre**, el **día del padre**, el **reconocimiento anual por antigüedad**, **evento de medio año para celebración de logros**, **día de la secretaria** y la **Fiesta de Navidad de colaboradores**, entre otras.



SALUD ORGANIZACIONAL

Desde hace más de 10 años la empresa cuenta con un médico general que atiende gratuitamente al personal, en horarios asignados de la semana. En 2016, se realizaron **1,502 consultas médicas** con esta modalidad, dentro de las instalaciones de la empresa.

Como la prevención es también una forma de disminuir el impacto en la salud, se realizaron **2 jornadas de vacunación**: una exclusiva para colaboradores y otra que incluyó, además, a sus hijos y cónyuges para un total de **425 personas vacunadas**. Con ese mismo objetivo, se realizaron 'Pausas activas', 'Circuitos saludables', 'Jornadas de salud preventiva' con el apoyo de la Caja de Seguro Social, se divulgaron consejos de salud y seguridad en los medios de comunicación interna, se hicieron diversos exámenes gratuitos y se brindó una charla preventiva contra el VIH/SIDA.

Durante el año se registraron 15 accidentes laborales.





ESFERA MEDIOAMBIENTAL



Desde la Gerencia de Administración se desarrollan las acciones orientadas a la reducción del impacto de la huella ambiental relacionada con los consumos de electricidad y agua, al aprovechamiento de artículos de descarte, los programas de reciclaje, así como el apropiado desecho de materiales contaminantes.

RECICLAJE Y DESCARTE

Desde el año 2010 Medcom ha trabajado en la generación de conciencia sobre el apropiado descarte de materiales que puedan resultar tóxicos para el ambiente; es por ello que, desde esa fecha, se forjó una estrecha relación con la Alianza Contaminación Cero que desecha apropiadamente las pilas y baterías. Para ello, se han colocado recipientes especiales en las áreas de uso y retiro de equipos que son las que utilizan la mayor cantidad de pilas y baterías. Posteriormente, el desecho es manejado por el proveedor, que se encarga directamente del descarte apropiado y documenta las cantidades con informes periódicos.

A partir del año 2014, la alianza incluyó también el descarte de bombillos y tubos fluorescentes.

Durante 2016 se desarrolló una iniciativa interna para eliminar los bombillos que utilizaban mercurio por lo que se reemplazaron todas las lámparas de 5 pisos del edificio central, que pasaron a sistemas led.

AÑO	PILAS	LÁMPARAS FLUORESCENTES
2010	112	.
2011	190	.
2012	193	.
2013	491	.
2014	453	570
2015	1,126	560
2016	535	196
<hr/>		
TOTAL	3,100lbs	1,326 unidades

Las 1325 lámparas fluorescentes apropiadamente descartadas, equivalen a 16.5 Toneladas Equivalentes de CO2 o a 4 automóviles retirados de circulación

También se descartan apropiadamente otros materiales como desechos tecnológicos, material escenográfico de descarte, hierro que son procesados a empresas certificadas para ese propósito.

	DESECHO TECNOLÓGICO	HIERRO	SUMA TOTAL
SUMA TOTAL	5,080.00	1,917.54	7,454.36



Para otros materiales como plástico PET 1, latas de aluminio y envases de tetrapak, hay dispuestos en el edificio, contenedores para la apropiada separación. Se encuentran ubicados en varios pisos y en el área de cafetería. Adicionalmente, todos los salones de reuniones y oficinas tienen contenedores para separar envases plásticos de agua, del resto de la basura.

El proceso de retiro de los desechos reciclables es realizado por la organización FAS Panamá, quienes pesan los desechos entregados y certifican su apropiado procesamiento.



REDUCCIÓN DE CONSUMOS

La generación de conciencia sobre los impactos que genera la empresa permea a todos los colaboradores con quienes se realizan esfuerzos internos para disminuir los niveles de consumo de electricidad y agua potable. Es así como el año 2016, presentó una importante disminución en ambos renglones, tal como se aprecia en los cuadros comparativos de consumo de los años 2014, 2015 y 2016.

Consumo Eléctrico 2014-2016 (Kwh)

	<i>Suma de KWH</i>
2014	8,561,932
2015	9,444,025
2016	6,571,477
TOTAL GENERAL	24,577,434

Consumo de Agua

	<i>Total</i>
2014	12,199.59
2015	15,358.94
2016	9,211.67
TOTAL	36,770.20

DIVULGACIÓN

Telemetro Reporta Verde

Segmento del noticiero estelar Telemetro Reporta que presenta iniciativas que impactan positivamente el ambiente. Entre los meses de enero a diciembre, los segmentos sumaron un total de 70 minutos de contenido. Esos segmentos se retransmiten en otras 3 versiones televisivas (y 4 retransmisiones radiales de los noticieros).

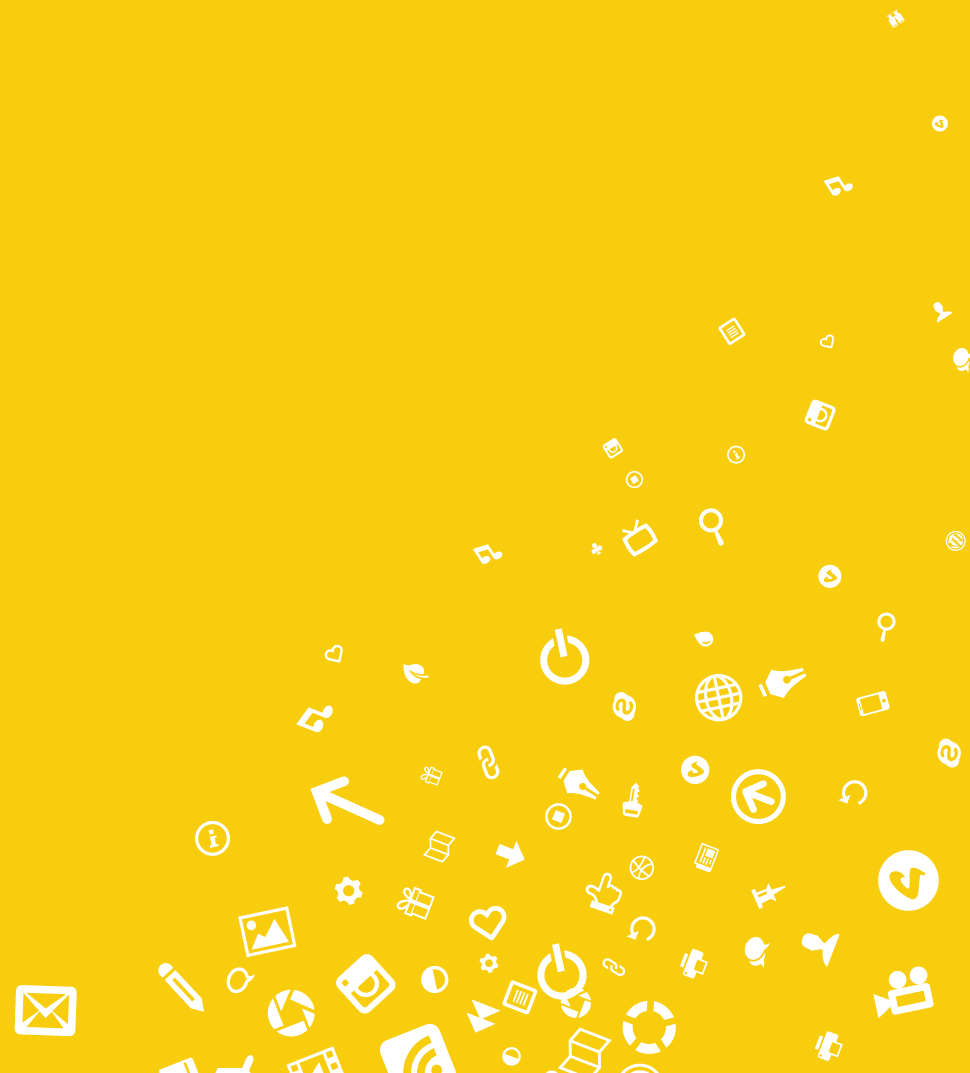
Apoyo en divulgación a terceros

A través de la Plataforma Sumándonos, en 2016 Medcom apoyó a 3 organizaciones sin fines de lucro dedicadas al cuidado del ambiente con diversos formatos de tiempo aire. Dada su versatilidad, la plataforma incluyó en los contenidos de radio, televisión, internet y redes sociales, los mensajes y campañas de **Feria Yo Me Reciclo de Fundación Robamorena, Mar Viva y Albatros Media**. Estas organizaciones recibieron un total de **26 entrevistas, 6 en televisión abierta y 20 en programas radiales. Además, 2 coberturas noticiosas, un reportaje y 5 publicaciones en las redes sociales** de nuestros medios.

Conscientes de la importancia que tiene la preservación del medio ambiente, Medcom se esfuerza por desarrollar alianzas estratégicas que, al mismo tiempo que nutran los contenidos con mensajes como los de Feria Yo Me Reciclo, Mar Viva, Albatros y Robamorena, son esenciales para poder transmitir a la audiencia nuestra visión conservacionista y la responsabilidad que tenemos todos los ciudadanos para minimizar nuestros impactos ambientales.



ESFERA ANTICORRUPCIÓN



Principio No.10

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

DERECHOS DE IMAGEN

Se ha mantenido el desglose de los derechos de imagen y voz cedidos por actores, actrices y participantes en nuestras producciones. Además se ha especificado la duración de la cesión, con lo cual se respeta el derecho a la imagen personal, consagrado en el Código de la Familia de Panamá y también el respeto a la intimidad, principio de jerarquía constitucional.

DERECHO DE AUTOR

Al tenor de lo establecido en la Ley No.64 del 10 de octubre de 2012, sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos, se reconocen las obras realizadas por encargo o como invenciones de empresa. Tanto en los contratos de trabajo (definido e indefinido), así como los de servicios profesionales se contempla el reconocimiento de los derechos morales de los autores y del derecho patrimonial que le asiste a la empresa, por las obras creadas mediante dicha relación laboral o contractual.

DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

En los formatos de contratos que suscribimos para uso de nuestro contenido, así como de licencia de uso, producción, co-producción, acuerdos para transmisión de programas, alquileres de espacio publicitario, entre otros; se incluye siempre el principio de respeto a los derechos de propiedad industrial, entre éstos, la autorización expresa y limitada de una parte a la otra, para la utilización de las marcas, nombres comerciales y otros derechos que a cada parte le asisten.

INGRESO EN EL SIP

En el año 2016, MEDCOM ingresó en calidad de miembro a la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), cuyo objetivo es la defensa de la libertad de prensa en toda América, fortalecer y mantener la dignidad, los derechos y las responsabilidades de la profesión periodística y trabajar por el más amplio conocimiento y mayor intercambio entre los pueblos de América.

CUMPLIMIENTO

Durante el año 2016, MEDCOM se mantuvo cumpliendo las normativas que regulan sus servicios y concesiones, por lo anterior, no se abrió investigación o proceso sancionador durante este periodo por su ente regulador directo: Autoridad Nacional de los Servicios Públicos.





Se le ha brindado respuesta oportuna a los requerimientos de cumplimiento de la debida diligencia de Bancos, Fiduciarias, proveedores, entre otros agentes regulados.

PRINCIPALES CONTRATOS CON CONTENIDO SOCIAL Y CULTURAL PARA EL AÑO 2016


- **Contrato de Patrocinio a la TELETÓN 20-30 2016:** como todos los años, MEDCOM se constituye en Patrocinador Oficial de esta importante y sensible causa. El año 2016, se brindó patrocinio por parte de las pantallas Telemetro y RPCTV.
- **Convenio con United Way:** por medio de este convenio, MEDCOM ofrece tiempo aire en sus medios televisivos para que United Way, lo ofrezca paralelamente a patrocinadores con el objetivo de financiar los Centros de Alcance.
- **Contrato de Producción para el evento ESA CABELLERA BLANCA 2016:** el año 2016, se conmemoraron los 42 años de esta producción dirigida a enaltecer a las madres panameñas.
- **Contrato de Producción para el Programa “UN PADRE EJEMPLAR”:** por primera vez se lleva a cabo la producción, con la Sra. Mayín Correa, de un especial para conmemorar el día del padre.



- **Acuerdos de autorización de ejecución pública de obras musicales en emisoras de Medcom:** en atención a convenio suscrito entre la Sociedad Panameña de Autores y Compositores (SPAC) y la Asociación Panameña de Radiodifusión (APR).
- **Contrato de Licencia para la Ejecución pública de fonogramas con la Sociedad Panameña de Productores Fonográficos (PRODUCE).**



• **Acuerdo por el Millón de Hectáreas forestales:** acuerdo de cooperación con Grupo Gestor (ONG), el cual constituye una alianza público-privada y de organizaciones de la sociedad civil para cumplir con el objetivo de plantar un millón de hectáreas de especies forestales en un plazo de 20 años. Este acuerdo se suscribió bajo el manual de uso de la plataforma SUMÁNDONOS.



• **Convenio marco para Proyecto de Transparencia y Rendición de Cuentas:** suscrito con la Fundación para el Desarrollo de la Libertad Ciudadana, Capítulo Panameño de Transparencia Internacional. Este convenio tiene por objeto hacer llegar a los panameños información periódica sobre avances y retrocesos de la administración pública en materias como el fortalecimiento de la institucionalidad, transparencia, acceso a la información y rendición de cuentas.

• **Contrato de Donación a Fundación Amador:** otorgado a favor del Museo de la Biodiversidad – “Panamá Puente de Vida,” mediante la disponibilidad a favor de ésta fundación de espacio publicitario gratuito para la difusión de este importante proyecto.

• **Convenio de Cooperación con Fundación Ciudad del Saber:** dirigido a difundir el proyecto “Canal de Empresarias,” con el objetivo de impulsar mayor participación femenina en los emprendimientos empresariales panameños. Este acuerdo se suscribió bajo el manual de uso de la plataforma SUMÁNDONOS.

• **Acuerdo con Fundación Obsequio de Vida para la campaña “Unidos de Corazón”:** iniciativa para la recaudación de fondos destinados a operar a 13 niños con cardiopatías congénitas, cubriendo gastos de traslados al extranjero, cirugía, gastos médicos y viáticos.

• **Contrato para la producción del Programa CAUSA COMÚN:** se lleva a cabo la labor de producción y transmisión del programa CAUSA COMÚN, orientado a la Responsabilidad Social Empresarial.

• **Alianza de Cooperación para TELEJAPAI 2016, con la Fundación Mary Arias Pro Niños Afectados con Parálisis Cerebral:** a través del acuerdo, MEDCOM se constituye como productor del evento y se otorga a su vez, tiempo aire para transmisión y publicidad del mismo.

• **Convenio de Colaboración al Comité Olímpico de Panamá:** mediante la campaña “Orgullo Olímpico,” se otorga pauta promocional gratuita y espacio en programas deportivos para realizar los eventos organizados por el Comité Olímpico de Panamá.

• **Convenio de Cooperación con la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP):** este convenio se firmó con el objetivo de promover temas de seguridad y convivencia ciudadana, permitiendo a la ciudadanía el acceso a estudios y análisis sobre delitos, violencia, conflictos, así como recomendaciones de abordajes sobre situaciones de victimización, vulnerabilidad y convivencia en Panamá, elaborados por el Laboratorio de Seguridad Ciudadana de la CCIAP.

• **Contrato de Patrocinio al Panama Jazz Festival 2016:** se otorga patrocinio en pauta publicitaria para la promoción del evento.

• **Acuerdo de Patrocinio a CADE 2016:** se otorga patrocinio de divulgación (mediante pauta publicitaria gratuita) al evento Conferencia Anual de Ejecutivos de Empresa (CADE) 2016, titulado: “¿Y después de la ampliación del Canal, qué?: Oportunidades y barreras,” organizado por la Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresas (APEDE).

TRANSPARENCIA

Acciones nominativas

En la Corporación MEDCOM Panamá, todo el capital accionario es emitido de forma nominal, de modo que todos y cada uno de los accionistas pueden ser identificados.

Cumplimos así, con los estándares de transparencia internacional y calidad de las instituciones financieras nacionales e internacionales. Además, exigimos que todas las transacciones comerciales sean realizadas con ética y transparencia.

Cumplimiento y pago de impuestos

Nuestra empresa se caracteriza por ejecutar puntual y responsablemente los compromisos financieros con el fisco panameño. Por ello, nos mantenemos actualizados con las últimas normas fiscales y mejoramos continuamente los controles y los procesos en cada una de las empresas de nuestro grupo.

Auditoría externa

En Medcom sabemos que ninguna empresa puede desarrollarse adecuadamente sin sistemas y controles fiscales internos eficientes y transparentes. Además de eso, la visión externa que aportan las distintas auditorías a las cuales son sujetas todas las empresas de la corporación MEDCOM periódicamente, ofrece la posibilidad de detectar rápidamente los posibles fallos en nuestros procesos. Así podemos ofrecerles a nuestros clientes y proveedores la seguridad de un servicio financieramente impecable.



Comunicación de Progreso, Cumplimiento del Pacto Global

Naciones Unidas 2016

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

medcom.