

2020

La RSE como herramienta para la resiliencia empresarial ante la pandemia

*Casos de éxito de empresas
en Panamá*

CONTENIDO

Introducción	3
Análisis General	4
Recopilación de buenas prácticas empresariales	8
AES	9
ARCOS DORADOS	12
ASSA	14
BANCO GENERAL	16
BANISTMO	18
CELSIA	21
CERVECERÍA NACIONAL	23
CONGREX AMERICAS	26
KOMUNIKA LATAM	28
LA CASA DE LAS BATERÍAS	32
MEDCOM	34
MELO	37
MORGAN & MORGAN	42
P&G	44
PLÁSTICOS GENERALES	46
PROMED	48
RICARDO PÉREZ	52
TERPEL	55
VARELA HERMANOS	57

INTRODUCCIÓN

Para superar los desafíos globales y locales a los que nos enfrentamos, la recuperación de nuestras economías y países debe estar basada en la confianza, la colaboración y la sostenibilidad.

El sector privado, en particular, debido a su tradicional dinamismo y agilidad en la toma de decisiones, aporta innovación, conocimiento, pero, sobre todo, compromiso con su responsabilidad social. Esto se traduce en poner a las personas en el centro de la toma de decisiones.

Por ello, avanzar en una hoja de ruta común es más que una frase: Se trata de una responsabilidad compartida que, nuestra generación, debe asumir para construir un mundo más justo, más digno e inclusivo para todos.

No perdamos de vista que, a pesar de los retos y las dificultades que estamos viviendo, tenemos por delante una oportunidad para subsanar muchas de las situaciones, que están llevando al límite a nuestro planeta en términos económicos, sociales y ambientales.

Este documento refleja la contribución del sector privado en la búsqueda de soluciones integrales que contribuyan a paliar la crisis sanitaria, pero, también, es una muestra de cómo – a través de un liderazgo estratégico y colectivo –, todos los sectores pueden sumar a la construcción de un mundo mejor.

Agradezco a todas las empresas participantes, así como a los equipos de Sumarse – Pacto Global Panamá y de Komunika Latam por llevar adelante este proyecto. Juntos somos más fuertes.

Bruno Basile
Director Ejecutivo
Sumarse – Pacto Global Panamá

ANÁLISIS GENERAL

Reflexionar sobre lo vivido, tomar conciencia del impacto, analizar los resultados y las posibles líneas de acción hacia delante y aprender de las experiencias propias y ajenas es clave para siempre estar en la ruta de la construcción de un mundo mejor.

Como propulsores y sujetos activos de la Responsabilidad Social Empresarial decidimos consolidar información que facilite el análisis de las diferentes formas en la que las empresas enfrentaron la crisis derivada de la pandemia ocasionada por COVID-19.

Pero ¿qué confirmamos y es parte del gran valor del presente informe? Que los principios fundamentales de la RSE: **Rendición de cuentas, Transparencia, Comportamiento ético, Respeto a los intereses de las partes interesadas, Respeto al principio de legalidad, Respeto a la normativa internacional de comportamiento, Respeto a los derechos humanos**, fueron pilares fundamental para que las empresas enfrentaran los retos planteados, lograran adaptarse y garantizar la continuidad de sus negocios con visión de largo plazo.

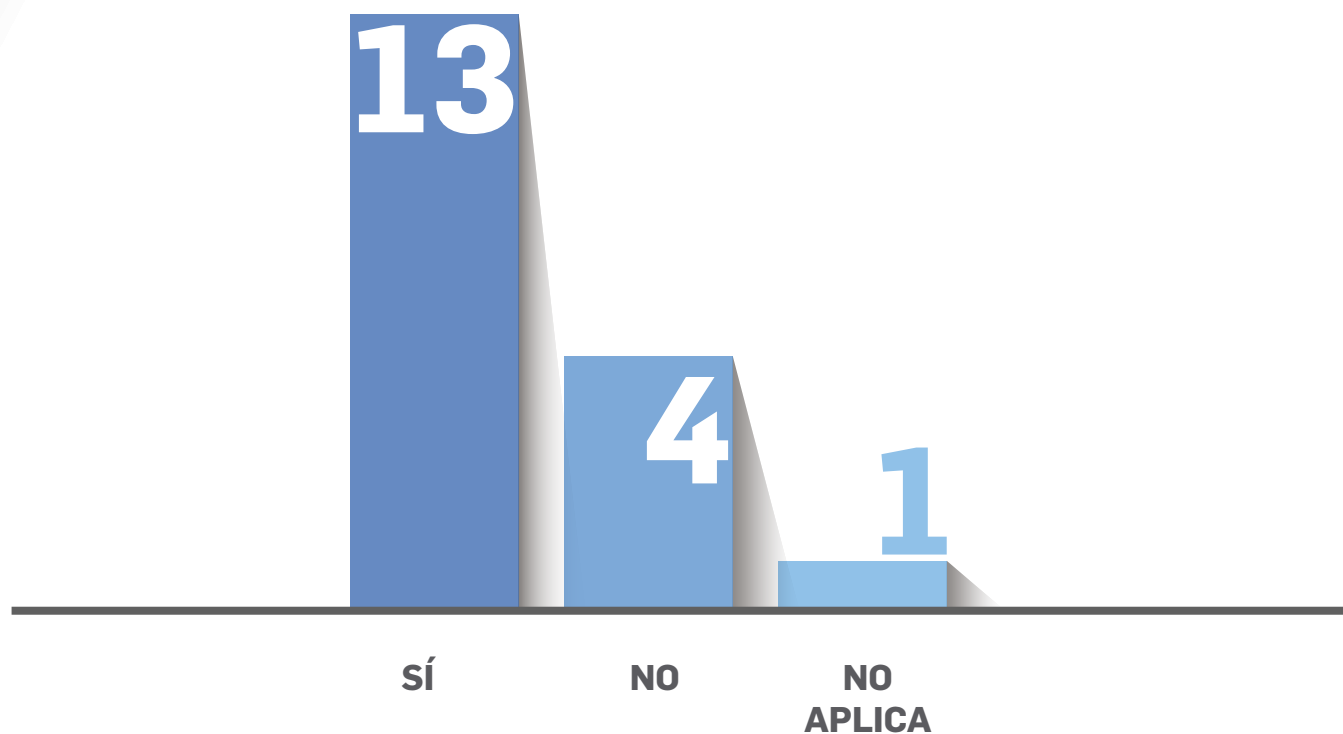
Los valores de responsabilidad, ética y transparencia en la gestión, así como el compromiso destacado con las personas que forman parte de cada una de las organizaciones, la sociedad y el ambiente permitieron que los líderes empresariales tomaran las decisiones correctas en el momento oportuno para con resiliencia, empatía y asertividad que se refleja en cada uno de los casos compartidos en este documento.

A través de estudios propios se obtuvieron datos de interés sobre las condiciones e impacto de la pandemia en los negocios que demuestran que el 57% de las empresas encuestadas adoptó cambios en sus procesos y servicios; el 76% realizó modificaciones a sus programas de bienestar y apoyo a colaboradores; el 85% diseñó nuevos productos o servicios solidarios; y más del 50% de las empresas ha modificado o reenfocado su estrategia de inversión social en los últimos 3 meses.

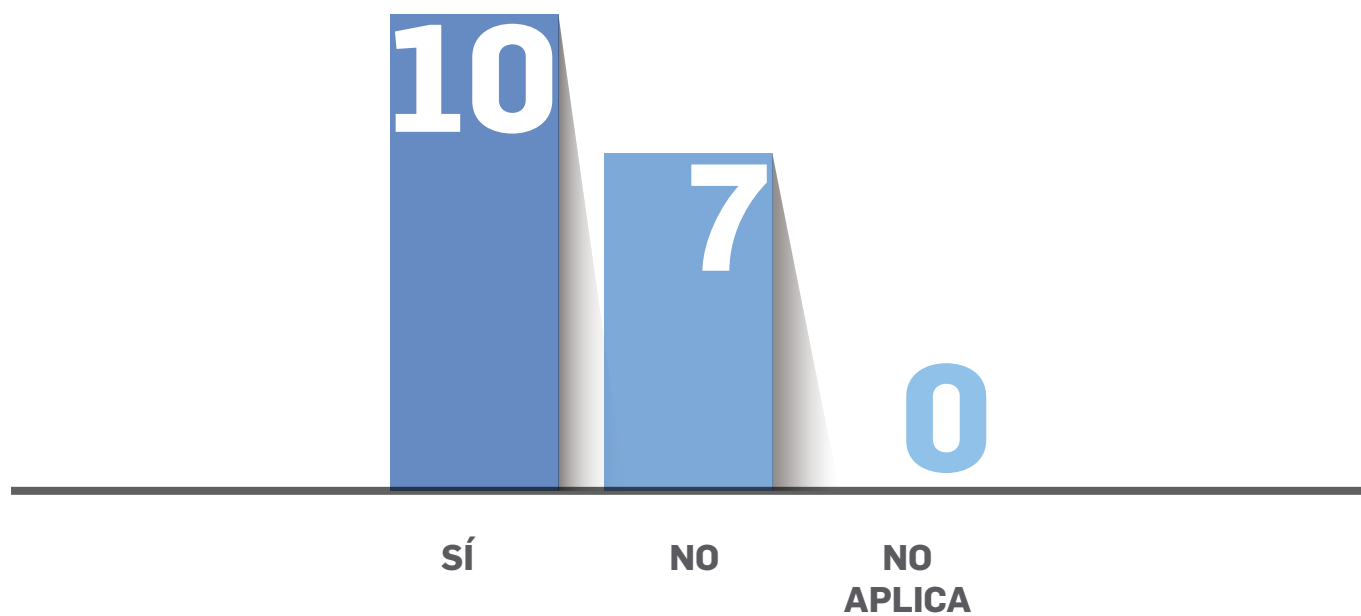
Cada línea compartida por las empresas en este documento es fuente de conocimiento que estamos seguros de que será aprovechada por todo el que la lea en pro del fortalecimiento de sus negocios impulsando a que se redefina el concepto de éxito en sus estrategias, involucrando ahora, junto al valor económico, la creación de valor social y ambiental.

Paulina Rodríguez,
Partner Komunika Latam

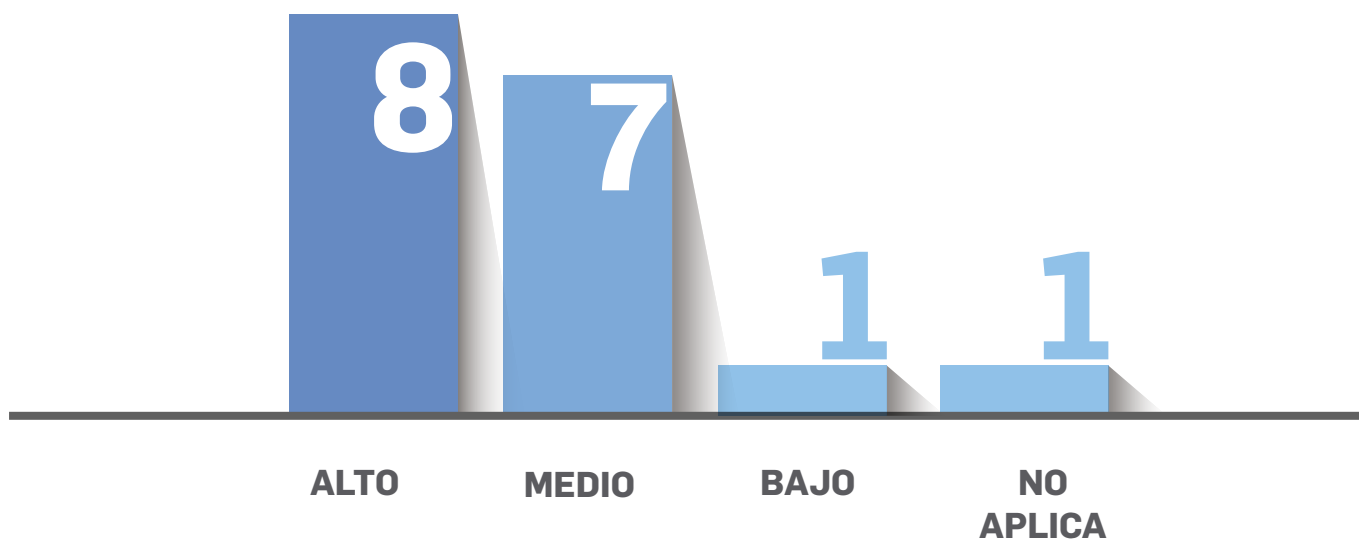
¿Tiene su empresa un plan de continuidad de las operaciones plasmado por escrito?



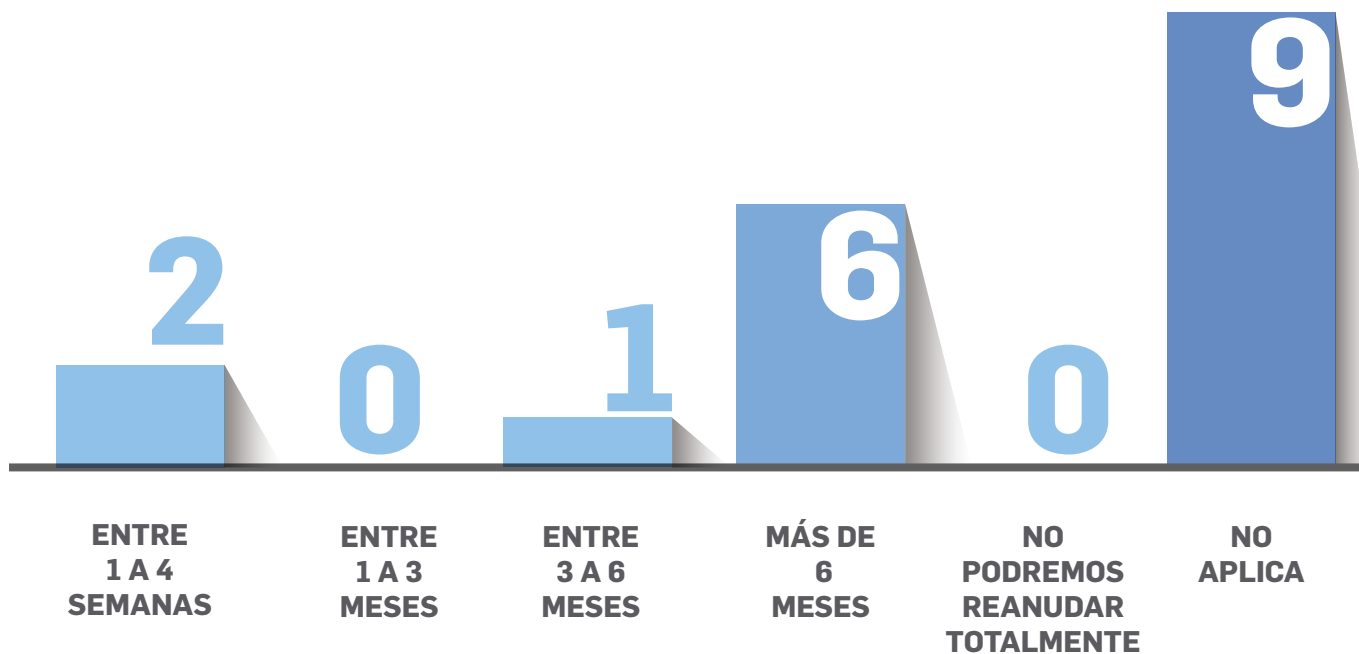
¿Ha tenido que introducir cambios en los procesos o servicios de su empresa como consecuencia del COVID-19 que hayan tenido repercusiones en su balance final?



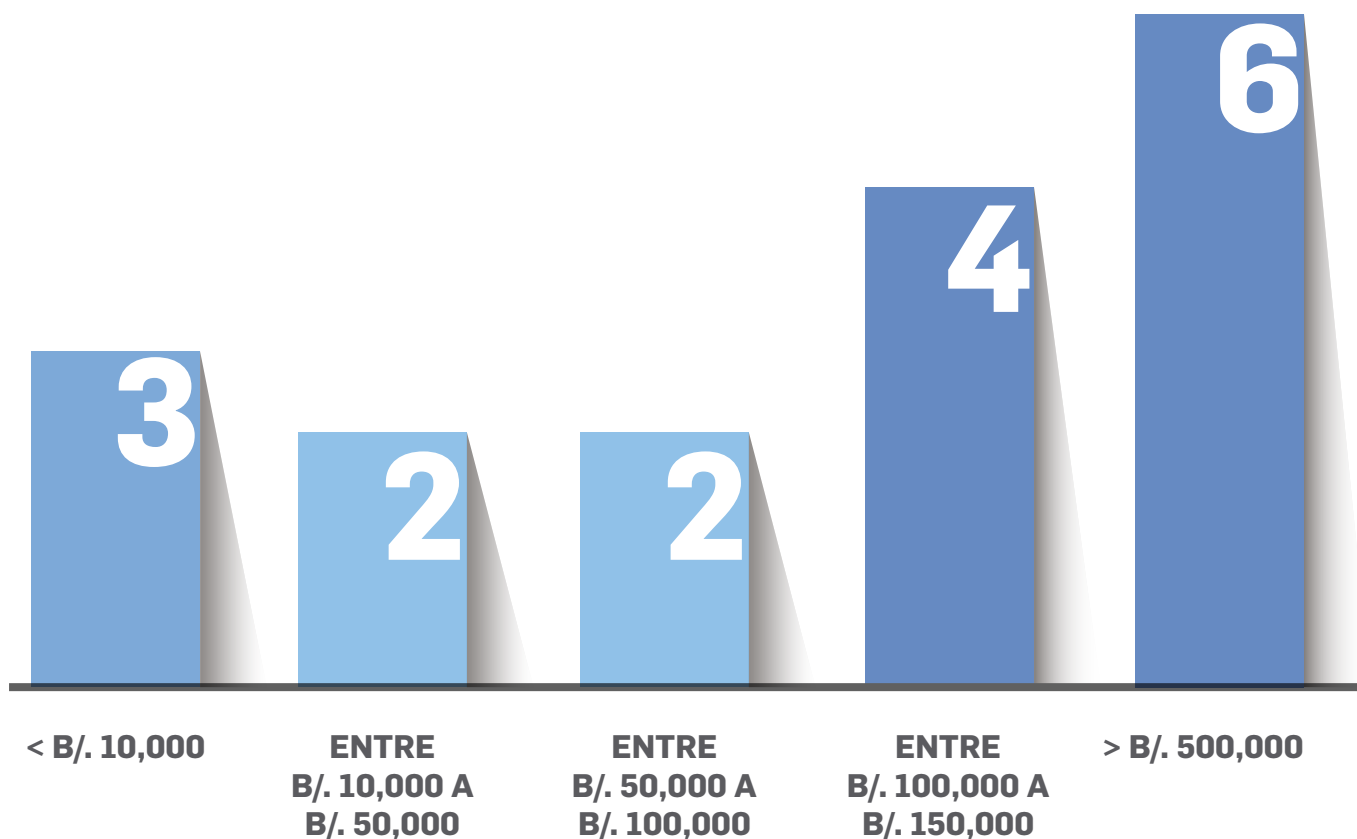
¿Cuál ha sido el nivel de impacto financiero (ingresos o ventas) que ha sufrido su empresa y de interrupción de las operaciones comerciales?



¿Cuánto tiempo cree que le llevará a su empresa reanudar completamente las operaciones luego de la pandemia?



¿En qué rango cuantificaría la contribución de su empresa para mitigar los efectos de la pandemia?



**Recopilación de
BUENAS PRÁCTICAS
empresariales**

AES en Panamá continúa generando energía para Panamá

En AES en Panamá nuestro trabajo no se ha detenido con la pandemia de COVID-19. Los clientes y las comunidades a las que servimos han seguido confiando en nosotros por los servicios esenciales que proporcionamos, entre ellos, energía a los hospitales, a las empresas y a los hogares. Algunos de nuestros colaboradores nunca dejaron nuestros lugares de trabajo y otros hicieron la transición a una nueva normalidad de trabajo a distancia. A medida que comenzamos a hacer la transición de nuestras labores a nuestros lugares de trabajo, tenemos ya establecidos objetivos claros. Dichos objetivos incluyen:

- ✓ **Mantener a nuestra gente segura y saludable:** la seguridad de nuestra gente siempre será primero. Es nuestra máxima prioridad.
- ✓ **Garantizar que nuestra gente esté comprometida e informada:** mantendremos a nuestra gente informada sobre la situación a medida que ésta evolucione, sobre lo que significa para ellos y nuestras expectativas. También seguiremos solicitando opiniones y respondiendo a las preguntas que preocupan a las personas.
- ✓ **Continuar suministrando los servicios críticos de los que dependen nuestros clientes y comunidades:** nada de lo que hagamos durante la transición de nuestras labores a nuestros lugares de trabajo pondrá en riesgo la electricidad que entregamos. Nuestros clientes y comunidades pueden seguir contando con la energía segura, confiable y sostenible que suministramos.

INICIATIVAS REALIZADAS

Activación del Comité de Crisis y puesta en marcha de Plan Integral de Comunicación

AES Panamá contamos con un protocolo para el Manejo de Crisis, el cual fue activado desde el momento en que fueron conocidos los primeros casos en pacientes con coronavirus y realizando la adaptación de este ante el contexto actual por la pandemia del COVID-19.

Como parte del Protocolo de Manejo de Crisis, se han establecido distintos comités que dan seguimientos a las acciones a desarrollar para asegurar la continuidad de nuestras operaciones, así como prevenir la propagación del virus.

A través de un Plan Integral de Comunicación mantenemos constantemente informados a nuestros colaboradores y stakeholders acerca de las medidas de seguridad y así como el estatus actual de la compañía y el país ante la pandemia de coronavirus.

Tenemos a disposición un portal de información sobre el coronavirus, en el cual se comparten las

políticas y medidas tomadas, así como las llamadas semanales que se realizan tanto por el CEO de la empresa, Andrés Gluski, como por Juan Ignacio Rubiolo, Presidente de la Región de México Centroamérica y el Caribe, de la cual AES en Panamá forma parte. En estas sesiones participan especialistas en diversos temas de salud, bienestar físico y mental, finanzas personales, entre otros.

Reforzamiento de las directrices de seguridad y salud

Siempre identificamos los riesgos potenciales para nuestra gente, contratistas, clientes, socios y comunidades. En estos momentos, el COVID-19 representa un riesgo potencial para todos nosotros. Las precauciones que estamos tomando y los preparativos que llevamos a cabo para el retorno gradual y seguro a nuestro lugar de trabajo, por sí solos no nos ayudarán a hacer esto. Nuestra capacidad de mantenernos seguros comienza dentro de cada uno de nosotros. Como nuestro primer valor, debemos creer en la seguridad cada minuto de cada día y tomar medidas que estén alineadas con esa creencia. Por estas razones hemos elaborado un Manual para el Retorno a Nuestro Lugar de Trabajo, con el fin de ayudar a comprender nuestras prácticas y lineamientos para llevar a cabo la transición de vuelta a nuestro lugar de trabajo.

Implementación de Programa de Asistencia Global al Empleado de AES

Para apoyar mejor y ayudar a sobrellevar los desafíos de la vida, lanzamos el Programa de Asistencia Global al Empleado (PAE) de AES. Este programa se ofrece a través de Optum y brinda servicios de asesoría a corto plazo para una gama amplia de desafíos personales y profesionales, así como soluciones de formación a Nuestra Gente en todo el mundo. Los asesores se encuentran a disposición para ayudarles a mejorar tú salud mental, manejar el estrés de forma saludable, lidiar con situaciones de estrés y manejar de manera efectiva desafíos como la ansiedad, la pérdida, las relaciones o las preocupaciones ligadas al trabajo.

Compromiso con nuestras comunidades



En AES en Panamá estamos comprometidos a apoyar la lucha contra el COVID-19, no sólo al continuar suministrando energía de forma segura y confiable, sino también apoyando los esfuerzos cruciales de ayuda a las comunidades en las que operamos. Desde cada una de nuestras localidades, nuestra gente se ha unido para brindar ayuda a los trabajadores esenciales y a las personas necesitadas. La inversión social realizada entre los meses de marzo a agosto asciende los 730 mil balboas.



Entre los aportes realizados podemos resaltar la exoneración en las facturaciones de los meses de abril y mayo del año en curso del Complejo Hospitalario Arnulfo Arias Madrid, de la Caja de Seguro Social (CSS), por un monto de USD \$ 537,817.93. La CSS podrá usar estos ahorros de formas diversas como podrían ser los pagos de horas extras y recargos en materia laboral a los colaboradores de la salud: médicos, enfermeras, auxiliares, personal de limpieza y personal administrativo, así como materiales de protección personal especializada para los colaboradores de la salud.

Otras de las iniciativas realizadas en beneficio de las comunidades vecinas a nuestras plantas, ha sido la **donación de 3,690 bolsas de alimentos, artículos de primera necesidad y de limpieza, para las familias afectadas por la situación de la pandemia, las cuales suman un valor de más de 75 mil dólares.** Resultando beneficiadas las comunidades de Changuinola, Colón, Caldera, Gualaca, Pesé, Pocrí, y Chepo, continuas a nuestras operaciones, a través de las Iglesias comunitarias y entidades de gobierno como juntas comunales y gobernaciones.

Así mismo, hemos colaborado con el Ministerio de Seguridad, El Cuerpo de Bomberos de Panamá, centros de salud y universidades, al entregar más de 105 mil dólares en compra de artículos sanitarios, de limpieza y desinfección, para ser distribuidos entre el personal médico y de seguridad para que continúen sirviendo al país con las mejores medidas de



Para Arcos Dorados y sus operadores, la prioridad ha sido siempre la seguridad de clientes, empleados y socios de la marca y gracias a nuestros altos y rigurosos estándares de higiene y seguridad complementar los mismos con otras medidas, fue un proceso que se realizó de forma precisa y detallada, pero en periodo prudente de tiempo y sin impacto notorio en nuestra operación.



Además, nuestro modelo de negocio que ya contemplaba el servicio a domicilio, lo que nos permitió reanudar operaciones fortaleciendo este segmento e implementando otros más que ofrecieran al cliente opciones rápidas y seguras para disfrutar de nuestro menú con confianza, dentro de las condiciones

La educación y concientización de las medidas de higiene y protección siempre han sido y serán una constante para nosotros, es por ello por lo que día a día reforzamos internamente procedimientos y trabajamos con nuestro equipo en su práctica y cumplimiento, no solo ahora dentro de nuestros restaurantes, sino fuera de ellos, cuando viajan en transporte público o cuando pueden tener contacto con otras personas en su día a día. La conciencia de una responsabilidad colectiva para mitigar el COVID-19 es una realidad para nosotros.

Por último, el seguir siendo parte activa de la comunidad, apoyándola en estos momentos de crisis económica mediante importantes donaciones de alimentos para comunidades con condiciones marcadas de vulnerabilidad.

Nuestro compromiso con Panamá y el resto de los mercados donde operamos permanece fuerte y continuaremos gestionando nuestro negocio de forma responsable, entendiendo la cambiante dinámica de consumo y expectativas de nuestros clientes, ofreciendo canales de experiencia que se ajusten a la actualidad, con foco en evitar el contacto, respetar la distancia social y la limpieza e higiene, ofreciendo un menú accesible para todos, con productos de excelente calidad.

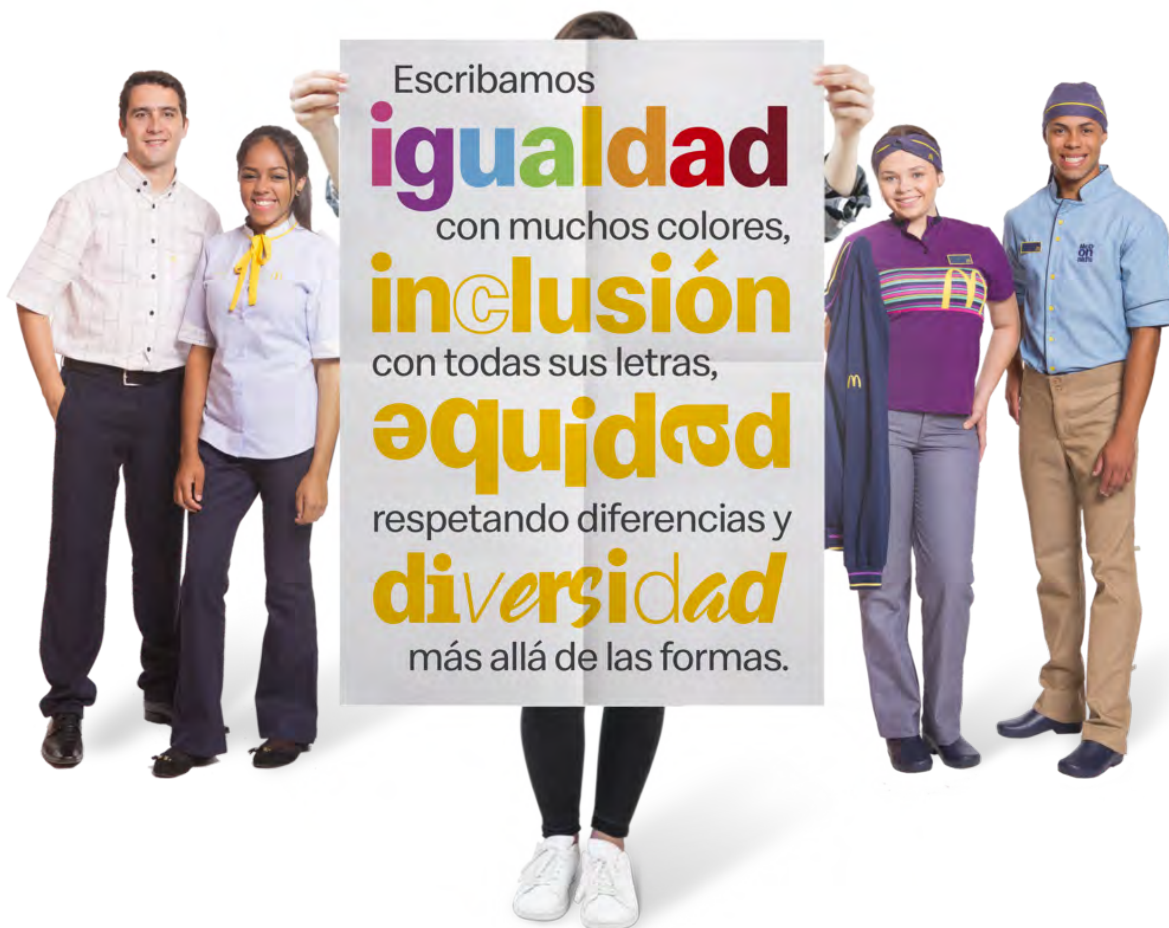
Seguiremos fortaleciendo nuestra operación para que nuestros clientes tengan la seguridad y confianza de disfrutar su comida dentro del restaurante, o en Automac, McDelivery y Take Away, que se presentan como alternativas convenientes para ellos en esta época.



Nuestro compromiso social se mantiene como uno de nuestros pilares, con oportunidades y apoyo para los jóvenes con apoyo a proyectos de organizaciones como Junior Achievement y el Movimiento Nueva Generación, entre otros. El apoyo a las comunidades a través de la Casa Ronald McDonald; donaciones de alimentos e insumos. La gestión de una cadena de abastecimiento sustentable, ética y responsable de la mano de nuestros proveedores y con conciencia de la reducción del impacto ambiental. También en virtud de este último, continuamos trabajando en la transición hacia el uso de materiales renovables para que nuestros empaques a base de fibra procedan de fuentes recicladas certificados por provenir de bosques gestionados de manera responsable y gestionando cambios de hábitos en los restaurantes para aumentar el reciclaje, reducir el consumo de agua y energía, entre otros.

También promovemos la diversidad e inclusión dentro de nuestros equipos y en la práctica y desarrollo de nuestra gente.

Ante el impacto general de ingresos, algunos proyectos serán considerados para un plazo mayor, pero continuamos nuestro plan general que trabaja en cada uno de estos frentes.





A lo largo de las décadas hemos atendido desafíos de diferentes índoles: crisis financieras, políticas, sociales y hasta una intervención militar a Panamá. Tiempos difíciles en los que la ciudadanía suele necesitar el respaldo de las empresas con las que tiene algún tipo de vínculo como los brindados por ASSA, que con el constante apoyo de miles de personas ha construido una empresa con procesos, principios técnicos y ética de negocio diseñada para estar presente en todo momento; mucho más en aquellos especialmente críticos como el que hoy nos afecta.

Ante este entorno de incertidumbre, la prioridad para ASSA ha sido garantizar la tranquilidad de nuestros colaboradores, asegurados, corredores y la de todas las partes interesadas que cuentan con nosotros para lograr sus objetivos de forma sostenible. Por ello, desde que se declaró la pandemia trabajamos con compromiso y responsabilidad en iniciativas orientadas a responderles con efectividad, tal como demostramos a continuación en las siguientes acciones:

- ✓ El **13 de marzo de 2020**, para la tranquilidad de los asegurados, comunicamos la decisión de **continuar otorgando beneficios de gastos médicos y hospitalización por tratamiento al COVID-19** a todos los asegurados bajo nuestros planes de gastos médicos y hospitalización. Instruimos a todos los hospitales y clínicas privadas de nuestra red para que continuaran prestando los servicios de gastos médicos de conformidad con las coberturas que aplicarían al contrato de seguro respectivo.
- ✓ A partir del **1 de abril de 2020** impartimos lineamientos a todos los gremios de corredores de seguros del país respecto al manejo de los periodos de gracia para el pago de las primas, definiendo con claridad los casos en los cuales los corredores, dependiendo de la morosidad de su cartera, podrían beneficiar a los consumidores de productos de seguros de **extensiones en el periodo de gracia** o de cobertura durante el periodo legal de suspensión de cobertura.
- ✓ También, el **1 de abril de 2020**, previendo la baja circulación de vehículos a nivel nacional, otorgamos el **BONO Quédate en casa ASSA** para un segmento importante de nuestra cartera de automóviles de uso particular. Con este BONO se beneficiaron aproximadamente 70,000 clientes con el **crédito de un porcentaje de la prima comercial** para los meses de abril a agosto de 2020. Adicionalmente, durante este periodo se extendió el beneficio de exoneración de pago de deducible en la cobertura de colisión, con el objeto de beneficiar aún más a los asegurados.
- ✓ Instruimos al equipo comercial y técnico para trabajar de la mano con todos nuestros corredores de seguros, con el fin de atender las necesidades puntuales de los asegurados que requirieran de ajustes en coberturas, de manera que se adecuara a su actual realidad económica. El objetivo

principal de esta iniciativa es el de preservar nuestras relaciones comerciales **ofreciendo productos alternativos** de menor costo a los consumidores que no se encuentren en posición de continuar con sus pagos actuales. Esto sin solicitar requisitos de asegurabilidad y con la menor cantidad de trámites. A la vez, mantener la posibilidad de retornar al plan de cobertura original.

- ✓ Con satisfacción brindamos estabilidad laboral a nuestros preciados colaboradores, inclusive a los que están trabajando tiempo parcial, a los que no pueden trabajar de forma remota y a los que no tienen acceso o capacidad de servir en nuestros espacios físicos. A la fecha hemos mantenido el 100% del personal en planilla, protegiendo así la integridad de más de 800 familias panameñas. Nos mantenemos atentos al desarrollo de la economía para continuar apoyando la gestión de las autoridades y a nuestros colaboradores en la medida en que las condiciones lo permitan.
- ✓ Campañas Rosada y Celeste: El 21 de septiembre de 2020, fuimos la primera aseguradora en promover las campañas de cinta rosada y celeste durante todo el año calendario. Los exámenes de **Mamografía y PSA**, para nuestros asegurados en el ramo de salud, **no tendrá costo durante el mes de octubre, y para el resto del año el asegurado podrá ir en el mes de su cumpleaños pagando un copago único de \$10.00.** renovando así esta campaña y alianza con los centros de salud y hospitales participantes en octubre de cada año.
- ✓ Con firmeza reafirmamos nuestro apoyo incondicional a las 43 fundaciones sin fines de lucro que canalizan y complementan efectivamente todo el apoyo social de nuestra Fundación ASSA y nuestro programa Amigos Azulado.



Conscientes de la responsabilidad que tenemos de mitigar los riesgos de contagio de COVID-19, hemos acatado las medidas sugeridas por las autoridades con el fin de preservar la salud de los ciudadanos y garantizar la continuidad de las operaciones. Por ello, pusimos en marcha un plan de contingencia que contempla la asignación de Teletrabajo a un grupo importante de colaboradores y un protocolo sanitario estricto en nuestras instalaciones para hacer de ASSA

Nos complace expresar que esta crisis ha sacado a relucir lo mejor de nuestra gente y sabemos que acciones como las que pusimos en práctica son esenciales para mantener la economía en marcha y proteger la salud de los ciudadanos. Con el favor de Dios y el compromiso de todos nuestros colaboradores superaremos este nuevo reto y seguiremos trabajando para propiciar mejores tiempos y contribuir activamente en la recuperación del país.



La Responsabilidad Social Empresarial ha sido eje fundamental en la gestión del negocio de Banco General desde su fundación en 1955. Operar bajo los más estrictos principios éticos y ayudar al prójimo están fuertemente arraigados a la cultura y al actuar de la institución. En los últimos meses nos hemos enfrentado a uno de los mayores retos del siglo XXI, una pandemia a nivel mundial que ha transformado la vida como la conocíamos. **Es precisamente durante estos momentos difíciles que La Responsabilidad Social Empresarial se torna aún más importante y Banco General, plenamente consciente de su compromiso hacia los más necesitados, divisó estrategias y realizó ajustes para cumplir con el mismo.**

A través de la Fundación Sus Buenos Vecinos (FSBV), brazo ejecutor de la labor social del Banco, se redefinieron prioridades para enfocar en las áreas de atención que requerían de mayor apoyo: salud y alimentación. En el ámbito de salud, la Fundación Sus Buenos Vecinos, en conjunto con un grupo de familias aliadas, han donado al Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud (ICGES) **más de US\$1,193,637.00 en pruebas para la detección de COVID-19**, equipos de protección para el personal, e insumos para estudiar y combatir esta enfermedad.

En materia de alimentación, **se han realizado donaciones** a la campaña Alimenta una Vida del Banco de Alimentos, por un total de US\$2,492,420.00. A través de la campaña, se proporciona sustento alimenticio **a más de 30,000 personas en condiciones vulnerables** durante la pandemia. Parte de esta donación se logró gracias a la iniciativa Duplica la Esperanza, a favor del Banco de Alimentos, en la cual por cada dólar donado por clientes a través de Yappy, el Banco aportó dos veces más el monto. Se logró recaudar un total de US\$464,235.59 en donaciones de clientes y Banco General dobló este aporte en US\$928,461.18 para un gran total de US\$1,392,706.77.

El programa de voluntariado corporativo de Banco General, Vecinos en Acción (VEA), también ha pasado por un proceso de adaptación para ajustarse a la 'nueva normalidad' y actualmente se encuentra en fase de reactivación, con varios proyectos iniciados y otros por comenzar prontamente. Entre las actividades realizadas y programadas tenemos cuentacuentos virtuales para niños; capacitaciones para hijos de colaboradores; la realización de deseos para niños con enfermedades que amenazan sus vidas, en alianza con la Fundación Pide un Deseo; y la colecta de prendas de vestir de segunda en buen estado por parte de los colaboradores para ser donadas a los más necesitados.

A nivel interno, se han implementado iniciativas para brindar asistencia a colaboradores para afrontar el COVID-19, incluyendo la implementación de teletrabajo para un porcentaje importante del personal; adecuación de la infraestructura para brindar mayor protección al personal que trabaja en sitio; establecimiento de una moratoria en préstamos a colaboradores que se hayan visto afectados por la pandemia; realización de pruebas serológicas para colaboradores trabajando en sitio; apoyo psicológico y emocional para el personal que lo solicite; creación de un programa para ayudar a colaboradores sin auto propio a trasladarse al trabajo y a sus residencias con compañeros y así evitar utilizar transporte público; y la flexibilización de las pautas del programa Beca Mi Buen Vecino, exclusivo para hijos de colaboradores, para lograr que más estudiantes permanezcan en colegios particulares.

Banco General se ha mantenido firme en su compromiso hacia la responsabilidad social empresarial, en especial frente a las dificultades causadas por el COVID-19. Desde las más altas esferas de la organización, existe una firme creencia en la importancia de ser solidarios y ayudar al prójimo a pesar de la adversidad. Es por ello que Banco General ha implementado varias iniciativas tanto a nivel interno como externo de la organización para enfrentar la pandemia y actuar en pro de la comunidad.





El 2020 es un año que nos ha cambiado a todos. Hoy más que nunca somos conscientes de nuestra responsabilidad por impulsar la construcción de sociedades cada vez más inclusivas y sostenibles y como parte del Grupo Bancolombia frente a esta situación, mantenemos nuestro propósito de promover el desarrollo económico sostenible para lograr el bienestar de todos.

Esta situación puso a prueba muchas de las cosas que veníamos haciendo y desde un principio definimos que la salud de nuestros colaboradores, de sus familias y de los clientes era la prioridad y por lo tanto tomamos las decisiones necesarias para protegerla. Asumimos nuestro rol y bajo nuestro propósito dictamos las premisas fundamentales que nos han servido de base para manejar esta crisis, mantener las operaciones y apoyar a los clientes.

Teniendo presente que antes de la pandemia, el teletrabajo no era parte de las operaciones regulares de las empresas en Panamá, nuestro equipo de más de 2,200 colaboradores trabajaba 100% en sitio, en las diferentes sedes administrativas, 43 sucursales Banistmo y en las 8 sucursales de la financiera Financomer. Pero teniendo presente que como parte del sistema bancario, somos un servicio prioritario y que tenemos que prestar este servicio de manera oportuna y eficiente, al mes de junio contábamos con el 57% de nuestros colaboradores en trabajo remoto, logrando tener la capacidad de entregar de manera ininterrumpida nuestros servicios con el funcionamiento del 77% de nuestras sucursales Banistmo y con el 100% de las sucursales de Financomer.

Para garantizar la salud y seguridad de nuestros colaboradores y clientes, instauramos el Comité de Salud mediante el cual activamos protocolos de Bioseguridad tanto en las sedes administrativas, como en las sucursales.

- ✓ Protocolos de ingreso a las sedes administrativas y sucursales
- ✓ Medidas de distanciamiento
- ✓ Dotación de elementos de protección personal para colaboradores
- ✓ Jornadas de Nebulizaciones
- ✓ Registro, seguimiento y acompañamiento de los casos positivos
- ✓ Cuidado de la salud emocional de colaboradores (Línea de atención psicológica, comunicación constante, capacitaciones y entrenamientos virtuales)

Contamos con una liquidez muy superior a lo exigido por la regulación y eso nos permite apoyar a los clientes a atender sus necesidades en términos de depósitos, al igual que continuar apoyando el proceso productivo a través de nuevos desembolsos.

Consientes que tenemos una población económicamente afectada y que teníamos que brindarles alternativas para que tuvieran un alivio durante este periodo, de manera voluntaria, proactiva y automática, en el mes de marzo, muy cerca del primer caso registrado en Panamá, lanzamos nuestro primer bloque de alivios para nuestros clientes, donde se beneficiaron más de 120 mil clientes.

Debido a la complejidad de la situación de salud en el mes de mayo, lanzamos el segundo bloque de alivios financieros, destinado para aquellos clientes afectados por la pandemia, planteando opciones para encontrar acuerdos con ellos adecuándonos a sus realidades y promoviendo al mismo tiempo una cultura de pago en los ciudadanos que no se han visto tan afectados y que pueden hacer frente a sus responsabilidades.

En tiempos en que el distanciamiento es la norma, pero que a la vez como banco necesitamos estar cerca de nuestros clientes, iniciamos diferentes actividades y espacios de comunicación virtual con estos, donde les compartimos información sobre los resultados del banco, en las que además se brindan charlas y capacitaciones en temas como finanzas, economía, innovación, marketing y negociación, con el fin de que se puedan ir preparando para este nuevo normal.

Estos cambios acelerados en la cotidianidad de nuestros consumidores, nos propuso como reto impulsar procesos de transformación digital, para que así los clientes puedan hacer sus transacciones de manera autogestionable y segura, teniendo como resultado el aumento de nuestras transacciones digitales en un 31%.

Pusimos a disposición nuevos mecanismos y procesos para darle acceso a los medios de pago digitales, y así asegurar que nuestros clientes cuenten con Banistmo en el momento y en la forma en que lo necesiten.

Fortalecimos nuestro Banco Digital Nequi, el cual es el primero en Panamá y que propicia la inclusión financiera de nuestro país. Acciones como la firma de la alianza de interoperabilidad con el Banco Nacional de Panamá, que permite el uso de cajeros de ambos bancos para disponer de fondos de Nequi y la alianza con PayPal orientada a los emprendedores que venden sus productos y servicios en el extranjero, permitiendo traer los recursos que se pagan en PayPal a su cuenta de Nequi en Panamá.



Como ciudadano corporativo que somos, promovemos el desarrollo económico sostenible por esto:

- ✓ Nos sumamos a la iniciativa de la empresa LozuryTech, que fue parte del programa de empresariedad femenina In-Pactamos, para producir y confeccionar pantallas faciales protectoras, buscando entregarse de manera gratuita a más de 10,000 profesionales del sector salud, policías y demás que se encuentran en la lucha contra el COVID-19.
- ✓ Nuestra tarjeta de crédito de marca compartida Visa Banistmo-Natura continúa aportando a la conservación de la naturaleza a través de la campaña “La Naturaleza te cuida”, destinando un fondo de US\$50,000.00 en apoyo a más de 135 personas y sus familias de organizaciones no gubernamentales y organizaciones de bases comunitarias dedicadas a emprendimientos ambientales, conservación o desarrollo sostenible.
- ✓ Junto a nuestros aliados de Fondo Unido de Panamá nos sumamos a la creación del Fondo de Apoyo ONG y Recuperación Comunitaria, a través de la cual los colaboradores voluntarios de Banistmo recaudaron más de USD31,000 dólares para apoyar a 12 organizaciones no gubernamentales enfocadas prioritariamente en la niñez.
- ✓ Continuamos nuestros proyectos de ciudadanía corporativa en nuestros ejes de acción de educación, medio ambiente y cultura, adaptando los proyectos a la nueva realidad, por ejemplo, habilitando el programa “Mi Escuela Comunitaria Virtual” y lanzando junto al Patronato Panamá Viejo el Tour Virtual del sitio como parte del programa educativo cultural.
- ✓ Continuamos por tercer año nuestro programa de empresariedad femenina In-pactamos, esta vez de forma virtual, lo que nos abrió la oportunidad de expandirlo a Chiriquí.
- ✓ Iniciamos nuestro voluntariado Corporativo Virtual apoyando a las comunidades.



Con todas estas acciones, Banistmo busca promover el desarrollo económico sostenible para lograr el bienestar de todos.

En cada uno de los países en donde tenemos presencia continuamos operando, siempre apegados a las medidas recomendadas por las autoridades de salud, generando energía 24/7. La energía eléctrica es fundamental para todo el funcionamiento de un país: hospitales, casas, supermercados, farmacias, cadena de frío, etc. Con la llegada del COVID-19 logramos actuar de manera muy rápida, pero eficaz, adaptando la operación de la compañía hacia la nueva normalidad, pero resguardando siempre la salud y bienestar de nuestros colaboradores y grupos de interés.

Esta situación, nos ha permitido evaluar toda nuestra cadena de negocio con un principal objetivo: redefinir nuestras prioridades para lo que resta del año, actuando bajo unos principios claros: apoyar ahora más que nunca a nuestros clientes, cuidar a los colaboradores para que estén seguros, y brindar apoyo solidario a la población vulnerable.

- ✓ Cuidar a los colaboradores: como empresa prestadora de un servicio esencial como es la energía, la compañía ha estado exenta de las medidas de aislamiento, en especial para el personal que trabaja en campo en labores operativas de atención de fallas y mantenimientos a la red, entre otras. Desde el 12 de marzo más de 1.300 colaboradores están trabajando desde casa en Colombia y Centroamérica, y en promedio 220 están en las plantas y centros de operación cumpliendo todos los protocolos de seguridad, nuevos esquemas de trabajo y rotación de turnos. Igualmente, la organización cuenta con acompañamiento permanente a sus colaboradores en temas como bienestar físico, emocional y psicológico y ha implementado un sistema de seguimiento de las condiciones de salud de ellos y sus familias.
- ✓ Cuidar a los clientes: En Panamá la compañía está acompañando a sus clientes industriales, atendiendo sus realidades particulares de reducción en el consumo de energía. En Panamá, por ejemplo, se implementaron con los clientes industriales esquemas de pago para sus consumos. Igualmente, Celsia está asumiendo el 100% del valor del consumo de energía de un cliente hotelero que puso a disposición del gobierno panameño uno de sus hoteles para convertirlo en hospital durante la pandemia.
- ✓ Apoyo solidario a comunidades vecinas: la compañía se ha sumado a diferentes iniciativas y liderado acciones propias para apoyar las necesidades de las regiones donde tiene presencia, enfocadas en los grupos de población más vulnerables. En Panamá, se han donado tapabocas para el Sistema Nacional de Protección Civil en la provincia de Chiriquí y se entregaron 100 mercados para colombianos en Panamá, y más de 400 kits nutricionales para familias vulnerables en David y Gualaca, provincia de Chiriquí, también en la provincia de Colón. La empresa también ha entregado donaciones de insumos médicos al Hospital Manuel Amador Guerrero en Colón y la dirección regional del Ministerio de Salud en la provincia de Chiriquí. Por otro lado, contribuimos con alimentos al comedor del área de Juan Diaz, en donde voluntarios de la comunidad preparan comida diariamente para 1,600 personas que en estos momentos se encuentran en situación de vulnerabilidad. Estos almuerzos son repartidos por los voluntarios de casa en casa, con el



En cada uno de los países en donde tenemos presencia continuamos operando, siempre con el propósito de dar un alivio a los miembros de su comunidad sobre todo a niños, niñas y adultos mayores. También hicimos entrega, a la Secretaría Nacional de Discapacidad de Panamá, de kits de alimentos para apoyar familias pertenecientes a los programas que llevan a cabo los cuales contribuye a superar la inequidad, exclusión, discriminación y pobreza de las personas con discapacidad y sus familias.



En estos 111 años Cervecería Nacional, quien hoy es parte de Anheuser-Busch InBev (ABInBev) el grupo cervecero más grande del mundo ha logrado ganarse un lugar especial en el corazón de los panameños porque nuestra empresa nació con la motivación de servir al país y apoyarlo en su ruta de crecimiento, buscando aportar en materia económica, social y ambiental a su desarrollo.

Es así como hoy somos una de las empresas que más aporta al país y que lleva alegría con sus productos a todas sus fiestas y celebraciones culturales, por ello nunca nos cansamos de dar gracias a todo Panamá por permitirnos servirles.

Como todos, en los últimos meses hemos afrontado momentos retadores con muchos cambios sociales, económicos y culturales, en los que como parte del sector privado tenemos el rol trascendental de brindar apoyo en el logro de la reactivación económica, que aporte al retorno del bienestar de todos los habitantes de nuestro país.

Desde el día uno de iniciada la pandemia, manifestamos nuestro firme compromiso de apoyo al país, estructurando una estrategia de continuidad del negocio, con un enfoque importante en inversión social para priorizar recurso técnico y financiero en acciones de apoyo a nuestros grupos de interés, tales como:

- ✓ Instalamos una máquina de producción de mascarillas de uso no médico, con una inversión inicial de \$1 millón de dólares, para producir 3 millones de mascarillas mensuales, que servirán para proveer de este insumo a nuestros más de 1,400 colaboradores, así como también para los colaboradores de nuestra organización en los países de la región, República Dominicana, Guatemala, Honduras, El Salvador e Islas del Caribe, y para donación a organismos de apoyo. Cabe señalar que esta inversión trae consigo la apertura de nuevas plazas de empleo dentro de la organización.

- ✓ Desarrollamos un programa de mascarillas artesanales hechas con Buena Vibra, que llevamos a cabo junto con el Ministerio de Cultura, mediante el cual ayudamos a reactivar a los artesanos panameños comprándoles 10 mil mascarillas, que fueron donadas entre nuestros clientes y consumidores. Logramos posicionar su trabajo a través de nuestras redes sociales y les donamos a los artesanos los diseños para que siguieran creciendo su negocio haciendo mascarillas con Buena Vibra.
- ✓ Entregamos 110,000 unidades de agua CN #ParaNuestrosHéroes al Ministerio de Salud (MINSa), para mantener hidratados a los héroes de la salud que trabajan incansablemente día a día para frenar la pandemia ocasionada por la COVID-19, en los diversos hospitales y centros de salud del país.
- ✓ Nuestro compromiso fue más allá, hemos donado más de 500,000 unidades de Agua Brisa, Malta Vigor y sodas al personal de salud de diversos hospitales y centros de salud de todo el país, al personal de la fuerza pública de la Policía Nacional, a las causas sociales de diversos Municipios a lo largo del país y a los voluntarios del programa Panamá Solidario.
- ✓ Además, pusimos a disposición los camiones de Cervecería Nacional para el transporte de alimentos del programa Panamá Solidario, los cuales realizaron más de 286 viajes que transportaron alrededor de 539,686 bolsas de comida hacia las poblaciones más alejadas de los centros urbanos.
- ✓ Continuando con nuestro apoyo intrínseco en pro de Panamá, lanzamos el proyecto www.TiendaCerca.pa, una plataforma digital que funciona como un directorio virtual, en el que las personas pueden registrar su ubicación y conocer cuáles son las tiendas más cercanas de su sector para realizar sus pedidos a domicilio, otorgando además esta nueva herramienta a nuestros aliados comerciales para dinamizar su economía. Esta plataforma está disponible para más de 3,500 comercios de barriada.
- ✓ También realizamos una donación de 8,000 unidades de máscaras plásticas de protección facial biosanitaria para nuestros héroes del Ministerio de Salud, hechas con lámina de PET reciclado.
- ✓ Junto a otros países nos unimos para llevar entretenimiento a los hogares por medio de la plataforma de concierto #LatinosUnidos con el propósito de incentivar donaciones para apoyar las acciones que realiza el Banco de Alimentos Panamá (BAP).



Estas acciones son parte de nuestra estrategia de sostenibilidad, que es un eje transversal de nuestro negocio que impacta todas las áreas de la compañía, y que se fundamenta en pilares que responden al aporte social, económico y ambiental que hacen que nuestro negocio sea sostenible en el tiempo.

Dentro de los programas más significativos que hoy desarrollamos y que aporta en todos los ejes de sostenibilidad destacamos Recicla Por tu Futuro www.reciclaportufuturo.org una alianza entre la empresa privada, el gobierno y la sociedad civil organizada, que está dejando una huella imborrable en las comunidades impactadas, que suman más de medio millón de personas que se han unido a este movimiento en pro de un país más limpio y saludable, personas que entienden que en sus manos está el cambio y que tenemos que movernos hacia un modelo de economía circular para lograr preservar los recursos naturales.



Nuestro propósito será siempre servir a Panamá y así lograr mantenernos como una empresa que perdura en el tiempo, comprometida con los panameños y con el desarrollo del país, siendo siempre fieles a nuestros principios, valorando y desarrollando a nuestra gente, respetando y atendiendo a nuestros clientes, consumidores, proveedores y vecinos, y sensibilizando con nuestro mensaje de moderación, que forma parte intrínseca de nuestro modelo de negocios.

Logros, oportunidades y aprendizajes de las acciones de corto y mediano plazo que asumieron para adaptar la gestión de su empresa frente a los retos de la COVID-19.

✓ Marzo a Abril 2020

- Logramos garantizar que los ingresos disminuidos (-80%) de la empresa se distribuyeran equitativamente entre todos los colaboradores (salario mínimo), incluyendo Directores, para no tener que suspender salarios 100%. Reducción de horarios y negociación con los colaboradores para poder hacer las reducciones salariales por el bien de todos. Mantenemos beneficios de Salud Privada, asumimos el pago de la cuota del colaborador del seguro social. (Marzo a Diciembre 2020)

✓ Abril a Mayo

- Encontramos oportunidades de hacernos viables con menos gastos al establecer una operación basada en teletrabajo y apuntalar nuestro modelo de negocios de manera online de Marzo a Diciembre), por ahora, pero híbrida (presencial y online) tan pronto se abra nuestro bloque (sin fecha cierta, bloque 6) - Enero 2021 en adelante.
- Aprendimos a hacer vida gremial más activa para contribuir con nuestro conocimiento en aras de reactivar nuestra industria (Industria de Eventos).

✓ Mayo a Julio (en adelante)

- Aprendimos sobre la sostenibilidad de nuestro negocio entendiendo aún más nuestro modelo, depurando los gastos operativos y haciendo nuestra infraestructura mucho más flexible y adaptable
- Nuestros colaboradores están desarrollando nuevas capacidades y conocimiento tecnológico para llevar a cabo nuevas tareas relacionadas con el manejo de eventos online y gerencia de Asociaciones No Gubernamentales sin fines de lucro

Nuestro plan de continuidad para el 2021 consiste en lo siguiente:

✓ Enero a Marzo 2021

- Recuperar escaladamente el nivel de ingresos necesario para ser viable y sostenible, escalamiento del salario de los colaboradores
- Mantener beneficios intactos. Continuará el Teletrabajo y solo apuntando a reuniones de colaboradores de manera física. Mantenemos costos operativos al mínimo incluyendo espacio compartido de oficina en Ciudad del Saber.
- Posible crecimiento de la unidad de negocios de Servicios de Gerencia de Asociaciones, apuntando a mayor sostenibilidad y eliminación de riesgo económico.

✓ Abril a Junio 2021

- Seguir escalando el salario para poder llegar a salarios completos más ajuste por inflación del salario en referencia al 2019; es decir, ajustar inflación 2020 y 2021 para

recuperar plenamente los salarios

- Continua el teletrabajo parcialmente y una política de ventas igual de agresiva ofreciendo mayor flexibilidad con costos ajustados. Modelo de teletrabajo se combinaría con presencia intermitente en espacio de oficina.

✓ **Julio 2021 en adelante**

- Salario recuperado en su totalidad, incluyendo ajustes. Retomar algunos contratos de servicios con proveedores que han estado suspendidos. Modelo híbrido de prestación de servicios totalmente arraigado y establecido permanentemente.
- Evaluar retomar la inversión social en ONGs (apoyo a programas sociales)

Nuestra prioridad ha sido y seguirán siendo nuestros colaboradores:

- Hemos invertido en mantener a nuestros colaboradores con beneficios adicionales a los que brinda la ley para poder garantizar alimentación y salud. Nuestra inversión social está destinada a ayudar a nuestros colaboradores a mejorar su calidad de vida en medio de la Pandemia, todo nuestro esfuerzo está enfocado en apoyarlos. La ayuda que ofrecíamos a ONGs tuvimos que suspenderla.





En KOMUNIKA Latam, a pesar los lamentables impactos del COVID-19, tenemos un **balance positivo de los aprendizajes y crecimiento** que generó en todos nosotros la pandemia. Desde la **perspectiva organizacional**, habíamos iniciado un proceso de digitalización para facilitar nuestras interacciones a distancia y promover el trabajo colaborativo, por eso pudimos de manera automática pasar a un esquema de teletrabajo. Todo el equipo contaba con teléfonos inteligentes y computadoras móviles, con acceso a la nube y habilitada la herramienta Microsoft Teams. Gracias a que contábamos con la plataforma tecnológica y a la capacidad de adaptación del equipo, antes de declararse la emergencia nacional, pudimos implementar un esquema de trabajo a distancia, dándole prioridad a la salud del equipo, manteniendo a plenitud la atención de cliente y la calidad de nuestros servicios y entregables.

Para garantizar la alineación del equipo y mantenernos nivelados ante una realidad diferente y cambiante para todos, decidimos tener reuniones matutinas diarias. La prioridad fue siempre atender el bienestar emocional y laboral de todo el equipo, sabíamos que mantenernos unidos nos permitiría brindarnos apoyo, mejorar nuestra capacidad de respuesta y detectar cualquier necesidad del equipo. Pasado un mes, y habiendo logrado un esquema de interacción fluida entre el equipo y con todos los clientes, el esquema cambió a reuniones semanales que, transcurridos casi 6 meses, siguen cumpliendo su objetivo.

El **bienestar de las personas lo abordamos desde una perspectiva integral**. Desde la **perspectiva física**, promovimos que las personas tuviesen herramientas de trabajo y un espacio cómodo, así como permitimos que buscaran sus sillas e implementos en nuestras oficinas. Desde la **perspectiva emocional**, garantizamos que los líderes de la organización tuviéramos reuniones 1:1 de manera sistemáticamente con cada persona del equipo, para poder tener el pulso de las condiciones que estaban viviendo y poder brindarles el apoyo necesario. En este contexto, y atendiendo a la **situación económica de las personas**, se mapearon vulnerabilidades en el equipo, y se garantizó la totalidad del ingreso a las personas en estas condiciones. De cara a darle viabilidad al negocio y mantener los empleos, durante los primeros meses hubo una reducción parcial de jornada a un grupo de personas, la cual fue restituida al 100% en el mes de agosto.

Los primeros tres meses de esta pandemia todo el equipo estuvo sumergido en una **alta carga de trabajo**, porque la demanda de todos los clientes se triplicó. La atención de la crisis, los cambios operativos, la atención de talento, la adaptación de procesos, la alineación a la nueva normativa, las nuevas competencias requeridas por el liderazgo eran parte de los temas que nos ocupaban día tras día.

Logramos atender cada requerimiento gracias a la experiencia acumulada del equipo, a la complementariedad de los consultores y a la capacidad de desarrollar soluciones atinadas para cada caso. También logramos mucha sinergia, porque estudiábamos todos los reportes y análisis sobre la situación y su impacto en las personas, sociedad y organizaciones, aprendíamos de lo vivido por diferentes empresas, y eso sumado a la experiencia previa nos permitió apoyar la continuidad operativa de nuestros clientes.

Una constante que permitió al equipo mantenerse a la altura de las necesidades de cada cliente, fue la **comunicación continua que permitía, gestionar la presión, manejar el estrés y optimizar el apoyo cruzado de los diferentes consultores.** La cultura que habíamos impulsado de complementariedad, agilidad y autonomía con responsabilidad dio sus frutos.

Desde la perspectiva administrativa, logramos soluciones de gestión remota de todos los procesos, lo cual permitió la total fluidez de procesos neurálgicos. Por otra parte, **se mantuvo el pago de proveedores en cantidad y tiempo**, porque sabíamos que de nuestro cumplimiento dependía su sostenibilidad, y por ende su capacidad de mantener empleos.

Sabíamos que nuestra gente necesita seguir siendo el centro de la operación, por eso redimensionamos los planes que teníamos diseñados para su crecimiento y bienestar, y decidimos:

- ✓ **Acompañar al equipo.** Retomamos y redimensionamos el **esquema de mentorías** donde los socios y gerentes de la firma se ocupan de apoyar personal y profesionalmente al equipo de manera individualizada.
- ✓ **Apoyar el equilibrio personal-laboral.** Reorganizamos la distribución de responsabilidades dentro del equipo para elevar autonomía y eficiencia, que nos permitiera mayor capacidad de atención de clientes, manteniendo el respeto por la vida personal de cada miembro del equipo. Nos enfocamos en: estructura simplificada, interlocución directa, estandarización de reportes y efectividad de la comunicación.
- ✓ **Crecimiento y alienación.** Hicimos un inventario de fortalezas y necesidades y creamos un esquema donde semanalmente, una persona del equipo comparte conocimiento con el equipo, y hablamos de temas que van desde habilidades para manejo de nuevos programas, gestión de tele escuela y mindfulness, entre otros. En estas sesiones incluimos el análisis de casos de éxito que nos permitieran estar nivelados y optimizar el conocimiento y la experiencia del equipo.
- ✓ **Ser parte de un equipo nos permite sentirnos mejor.** Como nos aceptamos como seres sociales, buscamos espacios para compartir de manera distendida y acompañarnos en momentos relevantes como nacimientos, cumpleaños o pérdidas.

Nos dimos cuenta de que la emergencia se extendería, y el equilibrio era indispensable para

garantizar la continuidad de la operación, por eso nos organizamos para gerenciar los requerimientos de clientes y relacionados, atendiéndolos con la calidad con la que estamos comprometidos, pero velando por el balance entre el trabajo y su vida personal/familiar.



De cara a clientes la responsabilidad era muy grande. Comprendíamos que todos estamos de una u otra forma impactados por la situación, pero que debíamos sacar lo mejor de cada uno para brindar a nuestros interlocutores el mayor soporte, brindar la asesoría correcta y oportuna y lograr así lo que siempre nos movió: un sentimiento de que juntos podíamos lograr un cambio en la conducta de las personas y la recuperación del país.

Muy rápido evaluamos cómo agregar valor a la sociedad usando nuestras competencias y decidimos reenfocar nuestros esfuerzos a temas que fuesen relevantes para la recuperación del sector privado y la promoción del liderazgo resiliente. Siempre pensando que era el mejor aporte que podíamos hacer para impulsar el mantenimiento del empleo. Y decidimos hacer foco en: **creación de conciencia ciudadana; modelaje de conductas responsables; generación de contenido; y diagnósticos y recomendaciones sobre temas relacionados con la continuidad de negocios**, realizando las siguientes iniciativas:

- ✓ **Hacer reportes diarios de la información oficial sobre la pandemia**, que distribuíamos de manera gratuita a toda nuestra base de datos y cuyo reenvío autorizamos a todo el que nos lo pidió. Este reto implicó que el equipo se organizara para escuchar las ruedas de prensa de las autoridades diariamente y preparara un “Flash Informativo” que era distribuido con gran velocidad.
- ✓ **Como parte de nuestro compromiso con el sector privado** consideramos que podíamos aportar nuestro conocimiento y experiencia para facilitar la gestión de la crisis por la que estaban pasando las empresas, porque en esta emergencia, la continuidad operativa de las empresas es una prioridad para mantener empleo. Por eso, decidimos crear **documentos con recomendaciones concretas** que difundíamos a nuestra base de datos y a través de nuestras redes sociales, y que permitirían a todo el que lo necesitara acceder a información relevante para la toma de decisiones de manera fundamentada en análisis y experiencia. Con mucho orgullo podemos asegurar que **compartimos 15 documentos robustos y de valor para las empresas.**

- ✓ Sabíamos que analizar la situación en la que se encontraban las empresas no era fácil, pero si necesario para definir un plan de acción que les permitiera avanzar. Y sabíamos que en ese tema también podíamos aportar, por eso creamos unos **“Flash Test” en 5 temas clave: continuidad del negocio, comunicaciones internas, liderazgo y cultura, sostenibilidad y comunicaciones externas.** Esos diagnósticos fueron promovidos en nuestros canales y las respuestas analizadas por nuestros consultores, quienes desarrollaron, sin costo alguno, reportes personalizados a las empresas con recomendaciones específicas a su situación.
- ✓ Siempre es **clave compartir casos de éxito para modelar conductas**, pero en esta situación inédita esto cobraba mayor relevancia. Por eso, pusimos a disposición de Sumarse nuestro tiempo para levantar información y documentar experiencias de empresas que se avocaron a apoyar la emergencia, con el fin de modelar conductas y promover la solidaridad, generando 6 informes de Buenas Prácticas en momentos de COVID-19.
- ✓ De cara a tener una perspectiva regional y global que nutriera el proceso de análisis de las multinacionales, nos articulamos con la red de agencias de Kreab Worldwide a la que pertenecemos, y preparamos y compartimos públicamente **5 informes que contenían las medidas gubernamentales de Latinoamérica.**
- ✓ **No escatimamos en brindar apoyo institucional y empresarial.** En este sentido, apoyamos al Ministerio de Desarrollo Social en una campaña contra la violencia doméstica, y atendimos varias consultas de empresas que necesitamos visualizar como reenfocar su inversión social.
- ✓ **Sabíamos que crear conciencia era el pilar del proceso de adaptación para la recuperación**, por eso conceptualizamos, diseñamos y difundimos por más de 2 meses la campaña “Quédate en Casa” junto a la plataforma digital Impacto Positivo.
- ✓ **Compartir conocimiento y fortalecer el liderazgo responsable** es parte de nuestro propósito, por eso, participamos en diferentes foros empresariales, universitarios, gremios y de ecosistemas de emprendedores, para promover habilidades de resiliencia para enfrentar la pandemia, así como la ruta para la redefinición de las estrategias de responsabilidad social en las empresas. Dentro de los espacios que podemos resaltar está nuestra participación en el Ecosistema de Emprendimiento de la Universidad del Valle de México, Campus San Luis Potosí; Cámara de Comercio e Industria Panameña Alemana; Fedecámaras; Instituto Gobierno Corporativo; Cumbre Latam Management de ADEN University y Plataforma Copa Contigo, de la aerolínea Copa Airlines.

Actualmente nos preparamos para brindar el máximo apoyo a nuestros clientes y a la sociedad en general, cara al reto de la recuperación económica. En el 2020, todo el equipo de KOMUNIKA Latam ha vivido y fortalecido nuestro propósito empresarial de Apoyar con entusiasmo a nuestros clientes a ser exitosos y sostenibles.



El mundo está pasando por momentos de mucha adaptación e incertidumbre y como toda empresa responsable debíamos encontrar la fórmula para salir de la crisis, encontrar oportunidades, adaptarnos a la nueva realidad y así continuar brindando valor económico y social a nuestra gente y clientes.

Uno de los pilares más importantes para nosotros es Nuestra Gente y por esto desde el inicio de la pandemia mantuvimos un canal de comunicación interna robusto con nuestro personal, informándoles diariamente los cambios que estábamos teniendo y realizando los ajustes necesarios para que la operación pudiese adaptarse a la nueva realidad y, aunque nos hemos visto forzados a tomar decisiones difíciles y de forma importante debido a que el tamaño de nuestra operación se ha visto afectado, todas las decisiones las hemos tomado cuidando la dignidad y seguridad de las personas y en pro del bien común de los que se mantienen en nuestra empresa.

Otro de nuestros principales enfoques desde el día uno fue la generación de conciencia y prevención de la enfermedad, no solo divulgando constantemente información valiosa por diversos canales, sino también brindándoles las herramientas de protección necesarias para que pudiesen desempeñar sus funciones de manera segura. Desde el inicio de la crisis establecimos reuniones cada dos días con el equipo regional para escuchar a nuestra gente y dar seguimiento a las acciones implementadas, analizar los resultados y hacer los ajustes necesarios. Además, como parte de esta comunicación transparente y proactiva, hemos realizado múltiples sesiones en vivo con el Presidente de La Casa de las Baterías para aclarar dudas del personal y pautar los pasos a seguir.

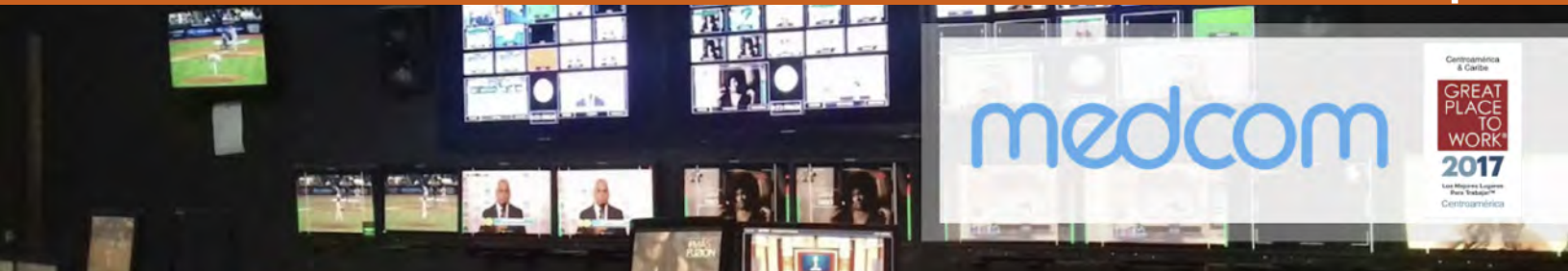
El distanciamiento no nos ha impedido integrar nuestro equipo de forma regional, a pesar de la distancia hemos encontrando soluciones creativas en momentos de crisis. Nos hemos apoyado en herramientas tecnológicas para mantenernos en constante capacitación. Durante estos meses

hemos logrado continuar capacitando a nuestro personal en temas técnicos y de servicio al cliente de forma recurrente y brindándoles todas las herramientas de última tecnología para lograr superar las expectativas de nuestros clientes. Adicionalmente, estamos conscientes que en estos momentos, más que nunca, nuestro personal necesita de herramientas adicionales para crecer como individuos y profesionales por eso, adicional a nuestras capacitaciones internas, hemos realizado varias charlas para el manejo del estrés y comunicación familiar ante la crisis con el apoyo de organizaciones como Fundación Valórate y Fundación Piero Rafael Martínez De La Hoz.

El mundo cambia constantemente y las empresas debemos adaptarnos e innovar para poder ser sostenibles en el tiempo. Nuestra pasión por servir a nuestros clientes es lo que nos ha movido en esta crisis y lo que nos ha permitido enfocarnos, innovar y poder implementar en tiempo récord herramientas como atención por WhatsApp, la cual nos ha permitido mitigar el crecimiento del 150% en las llamadas recibidas a nuestro Call Center. Adicionalmente, aprendimos a ser más productivos y aprovechar todos nuestros recursos y la fortaleza de nuestra gente. Tuvimos que realizar diversos cambios en roles y funciones de nuestro personal para adaptarnos a las nuevas posibilidades. recurrimos a implementar la modalidad de teletrabajo en posiciones donde antes habría sido impensable como en nuestro Call Center al igual como se hizo con las posiciones administrativas.

En términos de comunicación externa utilizamos todos los canales posibles para comunicarnos con nuestros clientes e informarles de forma oportuna todos los cambios que estábamos teniendo. Realizamos constantemente un análisis exhaustivo de los mensajes positivos y negativos de parte de clientes para poder encontrar oportunidades de mejora.

Nuestro plan es continuar operando con sentido ético, responsable y sostenible. Haciendo las cosas bien por nuestra gente, clientes, sociedad y el medio ambiente. Aún tenemos mucho por trabajar pero estamos convencidos que con el esfuerzo, actitud positiva y capacidad de nuestro equipo humano y con el apoyo en herramientas tecnológicas de primera categoría vamos a superar todos los retos que nos proponamos.



La empresa organizó un comité de contingencia por COVID-19, antes de que fuera decretado el primer caso en Panamá. Esto nos permitió revisar mejores prácticas en empresas similares de otros países que estaban enfrentando etapas más avanzadas de la pandemia, tomar decisiones y tener un plan de acción, definido por fases, de acuerdo a la gravedad de cada momento, incluido el peor escenario que era sostener la operación de nuestros contenidos al aire en condición de nula movilidad para el personal.

Inmediatamente se cancelaron viajes, se prohibió la entrada de terceros a nuestras instalaciones, se entregaron insumos de protección a todos los equipos que debían seguir trabajando, con especial atención en los colaboradores cuya labor debía hacerse en la calle (periodistas, camarógrafos, técnicos). Se acondicionaron y señalizaron las instalaciones, se desactivaron dispositivos de seguridad en las puertas para evitar contactos de superficie, entre muchas otras acciones.

Los tres retos más relevantes para la organización han sido: sostener la operación de manera segura, no detener el flujo de información en esta época de tanta incertidumbre y poder trasladar la mayor cantidad posible de colaboradores a la modalidad de teletrabajo, llegando a alcanzar a un 50% de todo el personal con áreas funcionando 100% en esa modalidad.

El compromiso de mantener informada a la ciudadanía, pero hacerlo de manera segura para nuestros equipos informativos y técnicos, fue posible gracias a la división de ese personal en dos equipos espejo, A y B; cada equipo trabajaba 15 días en campo, mientras el otro permanecía en teletrabajo. Al ir rotando esta fórmula, los equipos que estuvieron en campo 15 días, tenían un periodo de cuarentena preventiva en teletrabajo de 15 días, de manera que se logró un flujo que ha permitido seguir informando con la misma calidad, seriedad y credibilidad.

Sin duda, el enfoque empresarial de los últimos 4 años, basado en la generación de eficiencias, apalancada en la tecnología, y en la identificación de oportunidades de crecimiento, ha sido fundamental pues nos ha permitido un manejo rápido y efectivo de la operación en esta época tan compleja.

Es por ello que la continuidad del negocio es un enfoque basado en el "80/20", que hace énfasis en ese 20% de las actividades, que generan el 80% del impacto. Identificado ese 20% seguimos funcionando desde una nueva base de tamaño empresarial más eficiente y pragmático.

El componente de bioseguridad se ha convertido en eje fundamental para la toma de decisiones y definición de nuevos procesos. Es así como la integración del Comité de Seguridad y Salud Laboral ha sido muy efectiva y se cuenta con el apoyo de una empresa especializada en bioseguridad, en la que nos hemos apoyado. Además, hemos lanzado una nueva herramienta que, a través del Bluetooth de los teléfonos celulares, detecta los posibles contactos de riesgo de algún colaborador (o prestador de servicios tercerizados) que resulte COVID-19 positivo. Así, el proceso de trazabilidad será mucho más rápido y eficiente que el anterior, que tomaba varios días. Todas las acciones internas se han reforzado a través de campañas de divulgación a colaboradores y señalización de áreas.

En cuanto a la inversión social, la mayor parte de ella se fundamenta en nuestra Plataforma Sumándonos, que otorga tiempo aire de cortesía para la divulgación de las causas sociales de organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro. En esta situación de pandemia, se ha convertido en el principal flujo de información de importantes acciones destinadas a recaudar fondos (Concierto Panamá Solidario –Despacho de la Primera Dama-, Talenpro –Fundación Puertas Abiertas-, Bingo Teletón Solidario –Despacho de la Primera Dama y Club Activo 20-30-, Campaña Salva una Vida –Banco de Alimentos-, Recupera Panamá – Fondo Unido de Panamá-, Campaña de entrega de alimentos – Asociación de bares, restaurantes y discotecas-, etc.); ha sido fundamental para campañas de concienciación (Campaña Todo Panamá, Campaña Conep), alianza MEDUCA-UNICEF-MEDCOM a través del programa Mamá & Co para divulgación de consejos a los padres y principalmente mensajes de docencia (Ministerio de Salud).

Pero además de otorgar tiempo aire a estas iniciativas, MEDCOM ha transmitido más de 300 piezas distintas en diversos momentos y con mensajes que ha ido variando a medida avanzó la pandemia y las necesidades de información fueron cambiando.

Adicionalmente ha volcado el contenido de los noticieros de televisión abierta, televisión por cable y radio a divulgar contenido de prevención, de docencia, entrevistas con las voces autorizadas, especialistas, autoridades, testimonios, historias de solidaridad, ejemplos de emprendimiento, noticias positivas, apoyo al consumo y comercio local y contenido internacional, entre muchos otros. Así como ha utilizado su plataforma digital que recibe más de un millón de interacciones mensuales para hacerse eco de todos estos contenidos y produjo en directo el primer mega proyecto en pandemia de la televisión panameña (Yo Me Llamo), con estrictas medidas de seguridad y una extraordinaria recepción de la audiencia que necesita contenidos de esparcimiento familiar.

Pero probablemente uno de los mayores ejemplos de inversión social es la alianza con el Ministerio de Educación para hacer posible la transmisión de teleclases a niños, niñas y adolescentes de todo el país con el proyecto llamado “Conéctate con la Estrella”. Medcom fue el primer medio privado en ofrecer su personal, instalaciones y recursos técnicos para apoyar a MEDUCA en la producción de contenidos educativos y su transmisión. Fruto de la posterior alianza con una gran cantidad de medios de comunicación, Medcom aporta orgullosamente 10 horas de

producción y transmisiones de teleclases para educación básica a través de RPC tv, cerca de 30 horas de teleclases de básica, premedia y media a través de dos estaciones de radio, repositorio de todo el contenido de teleclases en plataforma digital y VOD. Todo lo anterior, como parte de la inversión social Medcom, sin ningún costo para MEDUCA y apoyado en la plataforma promocional de RPC TV, Telemetro Radio, RPC Radio, Medcom Go, Telemetro y redes sociales Medcom.

En esa misma vía, y en alineación con la alianza MEDUCA, a través del BID, se canalizó la transmisión del reconocido programa Plaza Sésamo; acción que el BID desarrolló en América Latina para beneficiar a los niños y niñas afectados por la inasistencia a clases. Plaza Sésamo se transmite de lunes a viernes, en RPC TV.

De esta experiencia esperamos dejar sentadas las bases de una operación eficiente, biosegura y socialmente responsable con todos nuestros grupos de interés y que se recogen en una Memoria Operativa como aprendizaje conjunto ante una situación de impacto mundial que nos afectó a todos.

Cápsulas de prevención con talentos de todas las plataformas. Rotación en todos los medios MEDCOM.
OBJETIVO: acercar información práctica a todas las audiencias

2 EL LAVADO DE MANOS ES LA MEDIDA MÁS EFECTIVA

INFORMATE EN ESTOS SUPLES
WWW.WHD.INT/ES



de Salud facilitó el funcionamiento de nuestras operaciones.

Dentro de los protocolos establecidos, se ofreció capacitación al personal de todas las medidas preventivas que serían de estricto cumplimiento.

El apoyo a los colaboradores afectados por la crisis y sus familiares fue clave, por lo cual:

- ✓ La empresa veló en todo momento por las personas que se vieron afectadas por el COVID-19 entregándoles bolsas de alimentos de puerta en puerta a todos los colaboradores que resultaron COVID-19 positivo o los que debían estar en cuarentena. También se entregaron kits de limpieza y de protección personal, como mascarillas, guantes y alcohol.
- ✓ Ante la falta de transporte público, producto de la cuarentena total establecida por las autoridades, Empresas Melo coordinó transporte a todos los colaboradores que debían movilizarse entre sus hogares a su trabajo de forma segura.
- ✓ Resaltamos la labor incansable de cada uno de nuestros colaboradores quienes dieron una cuota de sacrificio en los momentos más críticos de la pandemia y se mantuvieron trabajando de forma incondicional.
- ✓ Los equipos que conforman todos los departamentos de Recursos Humanos de las diferentes áreas estuvieron siempre cerca de cada colaborador, apoyándoles emocionalmente en medio de todo el temor y la incertidumbre que se apoderaba de muchos.

A pesar de algunas adversidades se logró:

- ✓ Fortalecer el trabajo en equipo.
- ✓ Implementar el teletrabajo en las áreas administrativas, cuyas funciones permitían poder trabajar desde casa.
- ✓ Utilizar tecnología para fortalecer el trabajo remoto, en las sucursales ubicadas en las diferentes provincias.
- ✓ Establecer y velar por el cumplimiento de protocolos de salud y comunicación.
- ✓ Realizar una encuesta virtual para medir el nivel de conocimiento de los colaboradores de las medidas preventivas que debían tomar, dentro y fuera de la empresa. Con dicha encuesta logramos a la vez concienciar a los colaboradores y reforzar sus conocimientos en cuanto a las medidas preventivas.
- ✓ Reforzar la comunicación interna por medio de la colocación de afiches informativos sobre el



COVID-19 y estos fueron también impresos en dialecto Ngabe.

En cada una de las plantas se conformó un comité de trabajo para manejar el tema operativo y poder asistir a todos los colaboradores que así lo requirieron. Los comités estuvieron conformados por personal de diferentes áreas como Gerencia General, Recursos Humanos, Salud Ocupacional, Enfermeras, Mercadeo y Ventas; quienes de forma incansable se mantuvieron en pie dando todo el apoyo necesario.

Hoy contamos con un equipo de trabajo más humano y con mucho más sentido de pertenencia hacia la empresa. Se logró mucha sinergia para mantener la operación funcionando con reducciones intermitentes de personal.

Luego de un proceso de análisis y evaluación de riesgos en la fase crítica de la pandemia y por la naturaleza del negocio al manipular la cadena alimenticia de manera vertical, se tomó la decisión de continuar con las operaciones ininterrumpidamente.

Se aplicaron nuevas normas preventivas para el personal, se reforzaron las normas de bioseguridad que ya existían. Adicionalmente, se incorporaron colaboradores de actividades suspendidas, para reforzar áreas que necesitaban apoyo.

Se mantuvo estricto seguimiento de todos los casos positivos y sus contactos y se revisó el cumplimiento de cuarentenas voluntarias y obligatorias. Estos esfuerzos se lograron gracias a las acciones tomadas en conjunto por los comités COVID-19 y los departamentos de recursos humanos, todo con el fin de que, de cara al cliente se sintieran lo menos posible los cambios internos.

Gracias a estas medidas, nos hemos mantenido en constante producción. Hemos logrado estabilidad en cuanto al personal que labora en planta y continuamos con los protocolos de calidad, bioseguridad y medidas de prevención.

Podemos destacar 5 puntos que fueron claves para la continuidad del negocio:

- Contar con procesos bien definidos.
- Reforzar la capacidad de adaptación.
- Implementar los estándares establecidos.
- Mantener planes de contingencia para personal en posiciones claves.
- Desarrollar esquemas de venta en línea para reducir los riesgos de contagio.

Esto nos ha permitido mantenernos en el mercado y seguir ofreciendo a nuestros clientes toda la variedad y calidad de productos que nos caracteriza. Estas medidas brindan sostenibilidad a nuestras operaciones para continuar ofreciendo nuestros servicios y productos al mercado. De esta manera cumplimos con nuestra parte en todos los grupos de interés a los que pertenecemos.



Sin duda la Responsabilidad Social Empresarial se ha visto afectada por la aparición del COVID-19. Hubo que cambiar el enfoque y dirigirlo con más fuerza hacia el área de salud. Logramos establecer contacto con las instituciones encargadas de atender la emergencia, tales como hoteles, hospitales, centros de salud y autoridades, para ofrecer nuestro apoyo.

El apoyo interno hacia los colaboradores y sus familiares por medio de donación de alimentos e insumos fue clave para su pronta recuperación y reintegración al equipo. Se llamaba diariamente a todos los colaboradores enfermos para estar al tanto de su progreso y de cualquier apoyo adicional que pudieran requerir. Se brindaron créditos especiales a los colaboradores más necesitados.

Se dio alta prioridad a una comunicación responsable de la situación nacional, que proporcionó información oportuna a nuestros colaboradores y clientes.

A pesar de que se redujeron gastos a nivel macro, se continúa con la inversión social siempre teniendo como prioridad a nuestros colaboradores y a las fundaciones y organizaciones con las que ya existía una relación.

Se pusieron en pausa proyectos ambientales, comunitarios y educativos, pero se tomó este tiempo para desarrollarlos a mayor profundidad y para buscar maneras innovadoras de aportar a la recuperación económica del país y especialmente de las comunidades que nos rodean.

Ya estamos retomando la mayoría de nuestros proyectos que se habían pausado, dándoles un nuevo enfoque y cronograma de trabajo, de acuerdo con las condiciones ahora imperantes.





Para Morgan & Morgan y sus empresas afiliadas, es un logro que se pasó a una figura de acceso remoto total en 5 días. Para finales de marzo, el 90% de nuestro personal estaba en Teletrabajo. También, en cuanto al uso de la tecnología, se implementaron importantes herramientas de colaboración como Microsoft Teams y Zooms manteniendo estrictos controles de seguridad, y se continuó con el proceso de transformación digital desde un mundo en cuarentena sin afectación a los planes.

En los meses de mayo y julio, consultamos a nuestro personal, a través de dos encuestas, sobre distintos temas. Para nosotros es importante saber cómo están ellos y sus familiares, qué perciben sobre temas puntuales, entre otros. Les podemos compartir que el 92% de nuestros colaboradores se sienten igual o más integrados a la organización, que el 97% percibe que la organización lo está apoyando a mantenerse física y mentalmente sano, y en cuanto a liderazgo, el 92% dice que su supervisor ha sido flexible y lo ha apoyado a balancear su trabajo y su vida personal, además de que los líderes han estado disponibles y han ofrecido la información y retroalimentación necesaria.

También consultamos sobre la situación de ellos y sus familiares respecto al COVID-19, además de preguntas relacionadas a la confianza en el equipo de liderazgo de la organización, de si desean o no mantenerse en teletrabajo y/o ir a la oficina, y temas como salud mental, carga de trabajo, entre otros.

De estas encuestas hemos aprendido sobre la importancia de acompañar y escuchar a nuestros colaboradores para ajustar nuestras iniciativas. Por ejemplo, continuamos promoviendo la corresponsabilidad de los cuidados, y se ha mantenido una capacitación constante a través de la puesta en marcha del Programa de “Bienestar en Casa” en donde se ha prestado especial atención a la salud mental y física de nuestro personal. También capacitamos a los líderes de cada área sobre la nueva forma de trabajo para que fueran más flexibles y empáticos con el personal durante este tiempo, medida importante para la conciliación laboral-familiar-personal.

Tenemos un Plan de Continuidad de Negocios por escrito, desde hace años, que toma en cuenta distintas situaciones catastróficas que pueden impedir la operación normal del negocio, como lo son desastres naturales, disturbios públicos y similares, así como la falta de conexión de internet,



o de un sistema clave.

Gracias a este Plan de Continuidad de Negocio logramos, en el contexto de COVID-19, estar preparados desde el día 1, ya que todos nuestros colaboradores cuentan con computadora portátil y a todos se les ha activado la conexión virtual con la oficina. Igual las llamadas siempre se han podido recibir en la computadora, por lo cual el contacto con el cliente y entre los colaboradores no se ha visto afectado.

Ahora confirmamos que es necesario prepararse ante todo tipo de riesgos, ya no solo ante las amenazas conocidas, sino ante las que puedan aparecer por primera vez.

Respecto a la inversión social, hemos sido capaces de aprender a formular nuevos procedimientos con rapidez, reafirmamos la importancia de trabajar con redes de apoyo, logrando establecer una línea de acción para atender con diligencia los temas que son parte de nuestro enfoque (educación y acceso a la justicia) y que ahora presentaban una nueva forma de atención. Por ejemplo, era importante entender cómo afectaba esta crisis de forma diferenciada a las mujeres y explicárselo a la población. Tuvimos que establecer nuevos canales de información y orientación legal de forma efectiva y pertinente, ya que el Sistema Judicial estaba cerrado, aprovechando al máximo las herramientas digitales existentes como “lives” en redes sociales, webinars, reuniones a través de zoom, entre otros, permitiendo una capacidad de respuesta más rápida frente a esta situación tan repentina. En el eje educativo, logramos virtualizar parte del contenido del programa de Ciudadanía, creando la Academia Ciudadana, donde hoy en día han participado jóvenes de diferentes programas como Fundación Educativa Juan Pablo II y se siguen sumando más.

✓ **En ese sentido hemos logrado realizar las siguientes acciones:**

✓ Apoyo al MIDES - en la elaboración de la Guía de Orientación para Mujeres que se encuentran en situación de violencia doméstica, en el marco de la pandemia de COVID-19.

✓ Atención legal - 159 personas atendidas a través de la asistencia legal virtual o telefónica.
✓ Además de continuar con el seguimiento a los 248 Procesos legales activos en Juzgados.

✓ Proyecto de Confección de Mascarillas en Alianza con la Fundación Avon para la Mujer - creamos una red de 82 mujeres, todas beneficiarias de alguna OSFL (ej. TECHO, MNG, etc) que confeccionaron 11,000 mascarillas que en su mayoría fueron comercializadas, otras donadas. Se está abriendo un tercer grupo para dar oportunidad a más mujeres.

✓ Campaña de comunicación #Respira Sin Violencia - en Redes Sociales, Televisión, Radio y Prensa con el objetivo de sensibilizar sobre Violencia Doméstica y el Impacto Diferenciado del COVID-19.

Plataforma Virtual con Cursos disponibles sobre nuestro programa de Educación en Ciudadanía



con temas sobre: Autoconocimiento, Autoestima, Derechos Humanos, Cultura de Legalidad, Buen Gobierno, Debate y Democracia, se han beneficiado 204 jóvenes de diferentes organizaciones como el Centro Supérate Alberto Motta-Ciudad del Niño, Fundación Juan Pablo II, C.E Guillermo E. Galimany, Fundación E Espacio Creativo y USMA.

✓ **Participación activa en gremios:**

✓ Apoyamos la campaña “Alimenta una Vida”, del Banco de Alimentos y CAPADESO, y como miembros activos de la JD de CAPADESO, hemos también apoyado otros esfuerzos de abogacía.

✓ En el grupo de Aliados por la Niñez y la Adolescencia, hemos estado vigilantes y participativos con respecto a la crisis relacionada a los derechos de niños, niñas y adolescentes.

Pro Bono: hemos continuado brindando asesoría legal a Organizaciones Sin Fines de Lucro durante la pandemia, y mucho en especial orientación legal en temas laborales.





Desde P&G estamos comprometidos en garantizar la salud y la seguridad de nuestros empleados, atender las necesidades de nuestros consumidores y apoyar a las comunidades, agencias de ayuda y personas de todo el mundo que se ven afectadas por esta situación extraordinaria.

En los meses de marzo y abril nos enfocamos principalmente en tener una comunicación continua con todos nuestros empleados, entendiendo la situación personal de cada uno e informándoles sobre las acciones que se estarían implementado. De igual manera garantizamos la distribución y presencia de nuestros productos en Panamá a través de los canales correspondientes.

Entre abril y mayo nos encargamos de fortalecer los programas de apoyo en salud mental a través de soporte psicológico para el empleado y sus dependientes, charlas, actividades de recreación en casa entre otros, y bienestar físico mediante clases continuas de yoga, meditación y otras y dando soporte económico para entrar al programa de esparcimiento (deporte, arte, etc) que desee, y que ofrecemos a nuestros colaboradores. Uno de los principales aprendizajes que hemos obtenido es ver como aún en la distancia física, hemos logrado mantener nuestra cultura organizacional comprometida con la excelencia.

Además, hemos reforzado nuestros programas de ergonomía garantizando que todos los empleados cuenten con los equipos necesarios para poder trabajar cómodamente en sus hogares y activando préstamos de emergencia para atender necesidades puntuales de las familias.

Por otra parte, nuestro apoyo a la comunidad se centra en proporcionar salud, higiene y las comodidades del hogar, tres áreas únicas en las que nuestros productos pueden tener más impacto que nunca. Ya sea apoyando la educación en higiene, proporcionando una simple necesidad como el agua, o entregando lo esencial para las familias desplazadas por desastres, nuestra meta es mejorar la salud y el bienestar de cada comunidad en la que estamos presentes.

Dado que nuestra empresa es considerada parte de las industrias de primera necesidad con productos de higiene personal y doméstica, nuestra operación en Panamá ha continuado a lo largo de estos meses con el 100% de nuestros empleados trabajando desde casa. Sin embargo, se creó un Comité de Salud e Higiene para la prevención del COVID-19 para asegurar la continuidad del negocio, la seguridad y bienestar de nuestros empleados y garantizar un retorno a las oficinas cumpliendo con los mayores estándares de bioseguridad.



En P&G seguimos comprometidos con nuestras prioridades de Ciudadanía Corporativa tales como Equidad de Género, Diversidad e Inclusión, Medio Ambiente e Impacto en la Comunidad. No obstante, ante la pandemia hemos fortalecido el programa de Impacto en la Comunidad a través de nuestra Respuesta a la Emergencia con donaciones de productos higiene personal como:

Entrega de detergente Ariel en hospitales para atender la alta demanda en el área de lavandería, kits de higiene personal para pacientes y personal médico en hospitales con los siguientes productos: toallas sanitarias Always, cepillos y pastas dentales Oral B y shampoo Head & Shoulders y Pantene, y kits de higiene personal para atender las necesidades de comunidades remotas con alto nivel de hacinamiento de inmigrantes.

De igual manera hemos activado nuestro apoyo a los héroes en primera línea con equipo de protección personal y afeitadoras Gillette que se han donado al personal de salud del Instituto Conmemorativo Gorgas

En cuanto a presupuesto, se mantuvo el mismo de Ciudadanía Corporativa asignado a Panamá y agregamos un presupuesto de emergencia para atender las necesidades en cada uno de los países donde tenemos operaciones.





Plásticos Generales siguió operando y no llegó a cerrar a pesar de los desafíos que trajo el COVID-19. Nuestra actividad quedó exenta bajo el Decreto Ejecutivo No 507 porque formamos parte de la cadena de suministro de productos básicos, ya que somos fabricantes de empaques de alimentos, desechos y productos de higiene.

Al inicio de la pandemia todo fue una curva de aprendizaje muy rápida ya que hubo mucha confusión y falta de directriz por parte de las instituciones gubernamentales en cuanto a las medidas concretas de seguridad y prevención, como también los pasos a seguir en caso tal de dar con un positivo COVID-19. Sin embargo, nosotros tomamos como ejemplo las medidas sugeridas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y lo que estaban haciendo en otras partes del mundo, al igual que las recomendaciones y experiencias de los agremiados en el Sindicato de Industriales de Panamá (SIP). Como una de las pocas industrias en Panamá que no cesaron sus operaciones, Plásticos Generales estuvo al frente de la pandemia, incluso participamos con el SIP en un conversatorio sobre la “Experiencia de las Industrias en tiempos de COVID-19” donde compartimos nuestros retos y como los afrontamos para seguir adelante en tiempos de tanta incertidumbre y experiencias que eran nuevas para todos.

Como plan de continuidad de negocio fue muy importante para nosotros invertir en las mejores medidas de seguridad posibles para minimizar contagio. Es por esto que, desde un inicio, a pesar de que el uso de mascarillas no era obligatorio, decidimos proveerle mascarillas quirúrgicas a todo nuestro personal de planta y en algunos casos de alto riesgo como nuestro personal de entregas, les proporcionamos mascarillas N95. Por un momento evaluamos el uso de mascarillas de tela con material antifluído, pero decidimos seguir entregando mascarillas quirúrgicas y N95 a pesar del alto costo para mayor protección y también porque nuestro personal, en especial el de la planta de producción, trabaja en un ambiente relativamente caliente y son propensos a sudar, y también por temas de higiene.

En Plásticos Generales creamos nuestro propio Comité COVID-19 antes de que fuese requerimiento por parte del MINSA, donde incluimos personal clave en las distintas áreas para que velaran por la seguridad y el cumplimiento de las medidas. Rápidamente creamos canales

claros de comunicación para todo el personal en la planta que tuviese dudas en temas de bioseguridad.

Desde un inicio tomamos la decisión de contratar un transporte privado para el personal que opera en los turnos de la noche y durante el fin de semana, los cuales se les dificulta mucho conseguir transporte, especialmente aquellos que viven en rutas internas que anteriormente usaban buses “piratas” para llegar a sus casas, sin mencionar la minimización de contagio ya que no tienen que usar transporte público.

Otra medida que tomamos desde un inicio y que aún seguimos practicando es la reestructuración de los turnos y distribución de operarios en el área de producción. Todo operario o técnico se mantiene en el mismo turno, sin rotar horas y con el mismo ayudante, e incluso almuerzan y transitan con la misma persona, de esta manera podemos rápidamente identificar y aislar a las personas si se da un caso positivo de COVID-19.

También implementamos el uso de mamparas acrílicas como protección en los comedores y las áreas más transitadas como la Recepción y Ventas. Instalamos dispensadores de alcohol en gel y pediluvios en los puntos necesarios, al igual que señalizaciones por toda la planta con información sobre las medidas de prevención, los síntomas del virus y el procedimiento para el lavado correcto de manos.

La pandemia nos ha dado la oportunidad y el tiempo para modernizar nuestros procesos de producción y enfocarnos más en el desarrollo y el uso de la tecnología para hacer más eficientes nuestros procesos y generar posibles ahorros energéticos y financieros. Todo esto ha contribuido a mejorar la calidad de nuestros productos ya que hemos podido invertir más tiempo en investigaciones técnicas con nuestro laboratorio y personal de Gestión de Calidad cuando antes el tiempo no nos lo permitía. También hemos podido enfocarnos en entrenar al personal nuevo y reforzar al viejo en la operación de distintas maquinarias. Hay mucho personal que también se ha destacado en sus labores y se han posicionado en el radar para posibles cambios de roles. Por otro lado, hemos podido enfocarnos en mejorar la organización de toda la planta y, por último, la pandemia también nos ha empujado a buscar nuevos mercados y productos.

Cabe mencionar que participamos en el programa de Panamá Solidario, donde donamos 250,000 bolsas de basura para ayudar a todos los ciudadanos afectados por la pandemia mundial del COVID-19. Durante los últimos meses, también hemos participado junto con el SIP en donaciones para Fanlyc de bolsas de basura, esenciales para mantener las medidas de bioseguridad y al Instituto Oncológico con bolsas de basura para desechos hospitalarios. También, hemos apoyado con donaciones de bolsas de basura a Malambo, el Hospital Santo Tomas y la Procesión de la Medalla Milagrosa.

Por otro lado, como alivio a nuestros colaboradores, implementamos una tienda de productos básicos a bajos precios en nuestras instalaciones, donde tienen la opción de pagarlo en un plazo

Nuestra organización al visualizar la situación que se avecinaba con la Pandemia del COVID-19, reaccionó activamente e implementó las siguientes medidas con el fin de minimizar el riesgo de contagio entre los colaboradores y de esta manera asegurar la continuidad de la operación.

Primera fase marzo a abril:

- ✓ Se analizaron las exigencias de Prevención de Riesgos Laborales necesarias en las distintas actividades, adaptadas al COVID- 19.
- ✓ Se implementó el Teletrabajo en los puestos donde sea posible. Los mayores de 60 años o las personas de riesgo frente al COVID-19, fueron enviados a trabajar desde casa.
- ✓ Se modificaron los horarios de entrada y salida de las sedes para evitar que los colaboradores se desplazaran en los horarios de más tráfico.
- ✓ Se compartieron kits informativos relacionados al COVID-19 con el fin de informar a los colaboradores sobre los síntomas, pacientes de alto riesgo, cuidados y cómo prevenir el contagio.
- ✓ Se gestionaron charlas en diferentes temas como salud mental, salud financiera, Pausas activas, Salud y seguridad ocupacional, Bioseguridad, entre otros, con el objetivo de cuidar a nuestros colaboradores y evacuar las dudas que tuvieran ante esta nueva situación.
- ✓ Se amplió el contenido de entrenamientos virtuales en la plataforma de Promed School (aprendizaje virtual), incluyendo capacitaciones en bioseguridad.
- ✓ Con respecto a la infraestructura se instalaron dispensadores de Gel Alcoholado en puntos estratégicos para que los colaboradores pudieran estar desinfectando sus manos, así como la ampliación de las rutinas de limpieza en baños y puntos estratégicos como manijas de puertas, escritorios, baños, entre otros.
- ✓ A todos nuestros colaboradores se le entregaron Kits de protección personal de acuerdo a las funciones que realizaban
- ✓ Se suspendieron todos los viajes una vez se comunicó lo de la pandemia y se redujeron de forma general los presupuestos de gastos.
- ✓ Se confecciona el Procedimiento de activación en función de la prevención y abordaje de la enfermedad por COVID-19, PR-045.

Segunda fase de mayo a junio:

- ✓ Comunicación e implementación de nuestro Procedimiento PR-045, creando un Comité especial

de Salud e Higiene, encargado de velar por el cumplimiento del mismo y de la seguridad de los colaboradores.

- ✓ Se seleccionaron las posiciones que podían seguir operando en teletrabajo.
- ✓ Se establecieron pautas para el trabajo en la oficina manteniendo distancias de 2 metros entre los espacios de trabajo y colaboradores
- ✓ Se dispusieron atomizadores con alcohol en lugares estratégicos para que los colaboradores limpien su puesto de trabajo, y herramientas de trabajo, así como áreas comunes.
- ✓ Se entrenó al personal de aseo en cuanto a la forma correcta para realizar la desinfección de las herramientas de uso diario y se amplió la frecuencia de la limpieza en las áreas comunes.
- ✓ Se delimitaron las diferentes áreas comunes para restar el aforo del personal.
- ✓ Se estableció el uso obligatorio de mascarillas en la oficina.
- ✓ Se coordinó una Jornada de vacunación contra la Influenza para el personal.
- ✓ Se implementó la toma de temperatura de los colaboradores y visitantes.
- ✓ Se creó un manual de Bioseguridad con la finalidad de determinar los equipos de protección adecuados para la función de cada colaborador.
- ✓ Se colocaron pediluvios para la limpieza y desinfección de los zapatos al ingresar a la organización, así como también de dispensadores de alcohol y lavamanos a la entrada de la empresa.
- ✓ Se estableció por parte de la empresa el testeo de anticuerpos para identificar colaboradores que contaran con inmunidad.
- ✓ Se estableció por parte de la empresa el testeo de PCR para identificar posibles casos positivos y enviarlos a casa a guardar la cuarentena y evitar el contagio masivo.

Tercera fase de julio en adelante:

- ✓ Se sigue incentivando el teletrabajo de los colaboradores.
- ✓ Los colaboradores que desean asistir a las instalaciones de la empresa deben cumplir con lo establecido en nuestro procedimiento de activación en función de la prevención y abordaje de

COVID-19.

- ✓ Se mantiene el comité especial de Salud e Higiene, que brinda asesoría a los colaboradores con respecto a temas y consultas sobre las medidas adoptadas por la organización, así como equipos de protección personal.
- ✓ La organización ha establecido un procedimiento para la entrega y solicitud de equipos de protección con la finalidad de asegurar que todos los colaboradores cuenten con este recurso tan importante.
- ✓ Se ha iniciado con la modernización de los trámites, procedimientos y formularios.
- ✓ Se ha enviado información con recomendaciones y consejos de medidas de apoyo de hábitos de higiene fuera de su ámbito laboral, por ejemplo, al realizar compras en el supermercado, utilizar el transporte público, etc.
- ✓ Se sigue incentivando seguir con video llamadas para concretar negocios con clientes, proveedores.
- ✓ Se ha promovido “carpool” para que los colaboradores viajen más seguros que en el transporte público.
- ✓ Se ha contratado servicios de Uber empresarial y taxis para evitar que los colaboradores se expongan viajando en transporte público.
- ✓ Se ha continuado con todas las medidas implementadas en las fases anteriores.



De lo anterior podemos concluir los siguientes logros, producto de todas las medidas anteriores hemos logrado que de 543 colaboradores solo el 1.84% ha dado positivo COVID -19, se han mantenido el 100% de nuestros colaboradores en sus puestos de trabajo siendo igualmente o más productivos; se sigue brindando atención a todos nuestros clientes a pesar de la situación. Las herramientas tecnológicas que la organización ha dispuesto han funcionado al 100%. Las líneas de negocio se han reinventado, ofreciendo nuevos servicios como la capacitación en línea a los distintos clientes.

Obteniendo como aprendizaje que nuestra organización logra adaptarse al cambio desde los colaboradores hasta la Gerencia, que debemos ser innovadores, resilientes y reinventarnos para seguir siendo la empresa líder que somos en el sector médico, industrial e investigativo.

Nos mantenemos en la línea de salud y seguimos con nuestras Jornadas de Donación Voluntaria de Sangre, apoyo a los niños de Fanlyc en la carrera Relevó por la Vida, algunas donaciones en especie al Instituto Conmemorativo Gorgas, entre otras. COVID-19.



MODULAR . FUNCIONAL . VERSÁTIL . MODERNO



De acuerdo a las disposiciones del Gobierno Nacional; se utilizaron ciertas estrategias para en primer lugar, salvaguardar la salud de nuestros colaboradores, así como garantizar su estabilidad económica para enfrentar esta situación, de lo cual se tomaron:

Entre las medidas laborales, se tomaron las siguientes:

- ✓ Acogernos al cierre de acuerdo a las disposiciones del Gobierno.
- ✓ Compartir mensaje de Gerente General, Javier Díaz y el Presidente Tomio Katano mediante un video, donde se transmite la unión y estabilidad que ofrece la empresa a sus colaboradores.
- ✓ Programación y pago de vacaciones vencidas y anticipadas a los colaboradores durante los meses de marzo y abril para minimizar el impacto económico de la planilla regular.
- ✓ Implementación de la modalidad de teletrabajo de una manera ágil para el equipo ejecutivo, administrativo y personal clave desde inicios de la pandemia.
- ✓ Pago de manera anticipada de la primera partida del décimo tercer mes de abril a todos los colaboradores. Fecha efectiva: 24 de marzo de 2020.
- ✓ Pago regular a todos los colaboradores de la 2da quincena del mes de marzo. Este pago incluyó bonificaciones, comisiones y primas de producción con resultados reales.
- ✓ A partir del mes de abril, la empresa ha seguido pagando el salario al 100% de sus colaboradores para hacerle frente a esta situación. Al personal técnico, fuerza de ventas y gestores de crédito se les siguió pagando su compensación variable con una reducción del 50% hasta el mes de julio.
- ✓ Implementación de horarios rotativos en las sucursales para minimizar el contagio de los colaboradores.

Desde los inicios de la relación de la pandemia la empresa consideró como una prioridad la salud y bienestar de los colaboradores. Dada la buena relación existente con los miembros de la Junta Directiva del Sindicato entre empresa y sindicatos en pro de la sostenibilidad de LA EMPRESA y la conservación de la fuente de trabajo a fin de poder sortear esta situación, la empresa **firmó 3 acuerdos que a continuación detallo:**

- ✓ Acuerdo de Medidas Laborales ante el COVID-19
- ✓ Acuerdo de Modificación y Suspensión de Clausulas Convención Colectiva (desde agosto a diciembre)
- ✓ Acuerdo de Administración de los Comité de Higiene y Salud

Finalmente, entre las principales oportunidades y retos que tiene la empresa puedo mencionar las siguientes:

- ✓ Acelerar su proceso de transformación digital para mejorar la experiencia de colaboradores y clientes.
- ✓ Seguir reforzando el cumplimiento de los protocolos de higiene y seguridad de manera constante. Los mecanismos de control existentes son auditorías mensuales en las sucursales y la gestión de denuncias recibidas por parte de los colaboradores a través de una Canal de Denuncias que se ha creado con un proveedor externo específicamente para el manejo de situaciones relacionadas con el COVID-19.
- ✓ Generar una cultura de autocuidado y corresponsabilidad en la fuerza laboral. Semanalmente se monitorean los síntomas de los colaboradores a través de la aplicación de una Encuesta de Descarte en línea de síntomas.
- ✓ Mejorar el engagement de la fuerza laboral y ajustar la propuesta de valor de cara a mejorar la experiencia del colaborador.
- ✓ Formalizar el teletrabajo y otros esquemas de trabajo flexible como medida de balance vida y trabajo.
- ✓ Generar contenidos de capacitación a través de las diferentes plataformas tecnológicas. Se han brindado capacitaciones técnicas, uso de herramientas de plataformas, salud, nutrición, motivación, actividades enfocadas a los hijos de los colaboradores.
- ✓ Establecer otros canales de comunicación con nuestros colaboradores, con la finalidad de llegar a todos, paralelo a nuestro Portal Interno, se desarrolló un micrositio apoyado en la plataforma

Microsoft Office 365, donde los colaboradores desde su laptop, celular o tabletas, pueden acceder a los últimos detalles de comunicados, noticias y actividades de la empresa, además, es un sitio totalmente seguro.

- ✓ El site también cuenta con una App para un mayor dinamismo entre los usuarios; siempre validando sus ingresos con la contraseña y correo de la empresa.

Dado al rápido contagio de la enfermedad y velando por el bienestar de nuestros colaboradores se ha implementado el programa de vigilancia médica:

- ✓ Jornada de Vacunación contra la Influenza para mitigar el riesgo de contagio y complicaciones con el COVID-19
- ✓ Recomendación de Pruebas Serológicas para Colaboradores según las indicaciones que brinden las entidades gubernamentales
- ✓ Revisión a colaboradores con enfermedades crónicas / certificación de buena salud para un retorno seguro
- ✓ Atención Médica en sitio.
- ✓ Entrega y presentación de reportes mensuales (DATA ANALYTICS) de seguimiento de las atenciones médicas.

Nuestro plan de RSE estaba estructurado 100% hacia la comunidad, en apoyo a la educación técnica, medio ambiente, concurso de dibujo y movilidad. En reenfoque en Covid, nos obligó a reestructurar nuestras acciones.

Enfocándonos en nuestro pilar de Movilidad, Brindamos ayuda al programa Panamá Solidario a través de brindarle una flota de buses al Mides para la movilización de los doctores y al Instituto Oncológico.

El foco y presupuesto se direccionó al bienestar de nuestros colaboradores. Quedando temporalmente suspendido todo tipo de actividad y ejecución presupuestaria, pilar liderado por la Vicepresidencia de Capital Humano.



Cómo Aliados País, para Terpel es fundamental contribuir con el progreso de Panamá. Este objetivo ha sido posible gracias a la implementación de estrategias y soluciones enfocadas en las personas y en la construcción de relaciones de Confianza, Respeto e Integridad con todos nuestros grupos de interés.

En esta coyuntura tan retadora, en la que no hemos suspendido operaciones, todas nuestras acciones han estado enfocadas en proteger y asegurar el bienestar del equipo Terpel, bajo un enfoque integral.

Siguiendo esta premisa la primera decisión tomada (y tal vez una de las más importante) fue la implementación de una política de protección del empleo para todos nuestros colaboradores a nivel nacional; lo que ha redundado muy positivamente en la estabilidad del equipo y sus familias. Sumado al establecimiento de todas las medidas de bioseguridad requeridas, en nuestra red de estaciones de servicio y tiendas de conveniencia Va&Ven hemos flexibilizado los horarios de nuestros colaboradores y dispuesto transporte exclusivo en algunas zonas para que puedan estar más tiempo con sus familias, con énfasis en quienes son padres, madres y/o cuidadores. Este modelo nos ha permitido operar permanentemente, en atención al servicio de interés público brindado, contribuyendo de frontera a frontera con la conectividad y abastecimiento del país.

La innovación empresarial puede ser entendida como el fortalecimiento de los modelos de negocio a través de cambios organizacionales, productivos o tecnológicos en la propuesta de valor, generando eficiencias. En estos tiempos de COVID-19 enfocamos todos nuestros esfuerzos en este sentido, con el propósito de construir experiencias memorables, al servicio de Panamá. No ha sido fácil, pero creemos que vamos por el camino correcto: el suministro de productos de primera necesidad en nuestras tiendas de conveniencia, servicio 24 horas los 7 días de la semana, el desarrollo de nuevos programas de voluntariado corporativo bajo un modelo virtual y el fortalecimiento de las iniciativas de bienestar con la activa participación de todos los diferentes equipos a nivel nacional, bajo un enfoque de género, han sido fundamentales para promover la

resiliencia y el autocuidado bajo un enfoque integral: tan importante como nuestra salud física lo es nuestra salud emocional y mental.

Innovamos hacia afuera, pero también lo hacemos hacia dentro: bajo un enfoque sustentable y pensando en el bienestar de todos nuestros colaboradores que se encuentran en teletrabajo, hemos desarrollado y enviado a sus casas eco-escritorios de cartón fabricados con fibras 100% naturales: nuestra máxima retribución es el bienestar de todos nuestros colaboradores.

Sentimos que uno de los grandes aprendizajes que nos ha dejado el COVID-19 hasta este momento es que la solidaridad es fundamental para seguir adelante. Por esta razón y con el apoyo de nuestros consumidores, aliados de la cadena de valor y colaboradores hemos implementado iniciativas solidarias de valor como Alimentando Esperanzas, a través de la cual han sido entregadas más de 19 toneladas de alimentos a cerca de 2.300 familias en situación de vulnerabilidad en todo el país y héroes de la salud, a través de la cual aportamos combustible para 1.000 profesionales del sector salud.

Como aliados país, nuestro plan de continuidad de negocio ha estado y seguirá enfocado en las personas como centro de todas las decisiones: no hay opción de permanecer en el tiempo si esta premisa no hace parte integral de iniciativas a ser implementadas en todos los frentes de acción como parte del nuevo normal que ya estamos implementando, por cuenta de la reactivación gradual de las actividades productivas en el país.

Frente a la inversión social reafirmamos que la tecnología se ha convertido en una poderosa aliada para continuar con la implementación de iniciativas de valor y que la misma inversión social va más allá del ámbito estrictamente económico: el tiempo, ideas y trabajo en conjunto del equipo Terpel han sido fundamentales para implementar iniciativas costo-eficientes y relaciones de confianza, al servicio de Panamá.

El foco no ha cambiado, pero si lo ha hecho la forma en la que podemos agregar valor: una organización no puede ser prospera si su entorno no lo es.



Varela Hnos SA
DESDE 1908



Un logro muy importante para nosotros es el monitoreo periódico que realizamos para detectar posibles casos de COVID-19, aplicando pruebas cada 15 días al personal que está laborando. Desde el mes de junio a la fecha llevamos más de 3,350 pruebas serológicas y más de 250 pruebas hisopados realizadas; éstas para confirmar los casos detectados y validar la recuperación de los colaboradores que han sido positivos al culminar su cuarentena. Gracias a esta labor, llevamos detectado 46 casos positivos acumulado a la fecha, permitiéndonos tomar acciones oportunas para seguir robusteciendo nuestro protocolo interno y asegurando la recuperación satisfactoria de más de 40 colaboradores.

Para salvaguardar el bienestar de nuestros colaboradores, atender sus necesidades y los riesgos psicosociales originados por la crisis de la pandemia, creamos en el mes de abril el Comité de Apoyo Psicosocial, el cual realiza semanalmente Webinars virtuales, abordando estas temáticas con el apoyo de distintas organizaciones. Además, este comité ha sido clave para dar acompañamiento a los colaboradores que han sido contagiados de COVID-19, ejecutando el plan de apoyo social destinado para ellos, el cual consiste en: entregar un kit de higiene, dar seguimiento personalizado a través de llamadas telefónicas durante su cuarentena, facilitar apoyo psicológico con Fundación Relaciones Sanas, gestionar bonos de supermercado y al recuperarse, el comité coordina la desinfección de la casa del colaborador. Adicionalmente, la empresa ha dispuesto de un espacio físico con todas las comodidades para que los colaboradores positivos puedan guardar su cuarentena sin exponer al resto de sus familiares.

En el área de Turismo, estamos explorando alianzas con operadores locales para explotar más el turismo interno a nuestra Hacienda San Isidro, diseñando tours a precios adecuados a la realidad nacional. Además, nos encontramos evaluando las visitas guiadas virtuales como un complemento a la experiencia presencial. Además, nos preparamos para ofrecer en la Hacienda San Isidro productos artesanales hechos por productores locales.

En cuanto a los eventos, hemos tenido un éxito importante con la implementación de las presentaciones virtuales de artistas locales exponentes de diversos géneros musicales, así como



Varela Hermanos S.A.
DESDE 1908

de reconocidos DJ's del Pub Herrerano, por lo que no descartamos mantener este formato aún en tiempos post-pandemia.

A nivel financiero, adoptamos un exhaustivo plan de contención de gastos e inversiones, a fin de enfocarnos en hacer lo necesario para cumplir con los protocolos de bioseguridad y la realización frecuente de pruebas de COVID-19 a todo el personal.

A raíz de esta pandemia, hemos focalizado los esfuerzos para robustecer nuestra gestión de salud y seguridad ocupacional; sobre todo en los temas psicosociales del colaborador y su familia.

Por otro lado, el reto de la educación virtual que vive nuestro país ha sido objeto de nuestra atención, por lo que a través del programa "Formando Generaciones", entregamos equipos usados totalmente gratis a 129 niños y en octubre, facilitaremos 200 equipos nuevos. En esta fase, la empresa subsidia un porcentaje del costo, con el fin de extender nuestro apoyo a más niños.

A nivel externo, la creación del programa: Protegiendo los recursos naturales, ahorras para el futuro, fomenta el uso responsable de los recursos naturales, educando sobre cómo ahorrar y cuidar el medio ambiente.

Recientemente hemos reafirmado nuestro aporte y colaboración a Olimpiadas Especiales y a la Teletón 20-30 para seguir fomentando la inclusión de las personas con discapacidad; por otro lado, ratificamos nuestro patrocinio al Equipo de Béisbol Mayor de Herrera para este 2020, para continuar incentivando el deporte en nuestra querida provincia.

Finalmente, destacamos nuestra membresía en la Fundación Saber Beber, la cual reúne a los productores e importadores de vinos, cervezas y licores del país como un esfuerzo conjunto y coordinado para desarrollar una campaña continua de consumo responsable de alcohol. Además, es importante mencionar que también somos firmantes del código de autorregulación donde reiteramos el fomento del consumo responsable, desarrollo de comunicaciones éticas, honestas y acordes a los principios de competencia justa y buenas prácticas, considerando las regulaciones legales del país.

En Varela Hermanos nos sentimos orgullosos de brindarle a nuestro querido país nuestro apoyo y solidaridad. Seguir trabajando por el crecimiento y bienestar social de nuestro Panamá, es nuestra mayor satisfacción. Por lo tanto, estamos enfocados en seguir trabajando por su recuperación, apoyándonos mutuamente sin dejar a nadie atrás.



Pacto Global
Red Panamá



KOMUNIKA LATAM
STRATEGIC CONSULTING