

**Discurso de Diego Quijano Durán en la Asamblea de Accionistas de  
Corprensa  
Ciudad de Panamá, 26 de marzo de 2019**

Estimados señores accionistas,

Buenas tardes y gracias a todos los asistentes por acompañarnos, así como a los que se esforzaron en recabar los proxies necesarios para llegar al quorum reglamentario.

-----

Como primer punto, quisiera actualizarles sobre los últimos cambios en la dirección de la empresa.

En los últimos meses hemos tenido que despedirnos de dos gerentes que tenían largo tiempo con nosotros, me refiero a María Eugenia García de Paredes, mejor conocida por todos como Make, quien fue nuestra gerente de Finanzas, y a José Bordelón, quien fue nuestro gerente de Tecnología. Ambos tenían 25 años de trabajar con nosotros por lo que la les agradece por sus servicios.

Más recientemente, tuvimos que decirle adiós a nuestra gerente de Ventas, Ismarí Pimentel, que se convirtió en Maria Antonieta, un avatar con el que hizo una campaña de concientización sobre el cáncer de seno y se abrió para contarnos sus experiencias y aprendizajes.

A raíz de estos cambios, se ha incorporado a la gerencia de Finanzas el sr. Eric Peng, mientras que el área de soporte técnico quedó bajo la gerencia de producción y la gerencia Comercial absorbió las funciones de la gerencia de Ventas.

En este orden de ideas, también nos despedimos de Carmen Ellis, una colaboradora que estaba con nosotros prácticamente desde la fundación del periódico, así como a otros grandes amigos, entre los que destaco a Francisco Garibaldo, quien era uno de los diseñadores de Economía cuando trabajé como Editor de la sección en 2008 y 2009.

A nivel de la Junta Directiva, el director Francisco Arias renunció a su puesto el pasado 30 de noviembre, y para culminar su periodo de dos años que termina en 2020, la directiva nombró a nuestra actual vicepresidente ejecutiva, María Mercedes de la Guardia de Corró. Esta es la tercera ocasión que Chelle forma parte de nuestra junta directiva.

Con mucha tristeza les informo que en días pasados falleció el fotógrafo Jorge Fernández, mejor conocido por todos como don Tito. Don Tito trabajó con nosotros por 23 años hasta 2016. Muy querido en la redacción, siempre lo recordaremos por su dedicación y compromiso.

No puedo, por supuesto, continuar sin recordar a Guillermo Sánchez Borbón, director emérito de La Prensa, quién falleció el pasado domingo 24 de febrero con 94 años de edad. El país perdió uno de sus más grandes escritores, mejor conocido por muchos por su pseudónimo, Tristán Solarte, autor de la novela más reconocida de Panamá, El Ahogado.

Sánchez Borbón, un poeta que luchó contra el oscurantismo de la dictadura militar con su pluma y su genialidad, contaba con un extraordinario buen humor y una sencillez y humildad que le permitía cosechar admiradores con mucha facilidad. Armó de valentía a una redacción que estaba en formación y que se encontraba constantemente amenazada, así como a una sociedad que clamaba por libertad. Las generaciones que como la mía hemos podido gozar de este periodo de apertura política y económica, con libertad de expresión y de prensa, se lo agradecemos.

Les pido por favor ponerse de pie para un minuto de silencio.

Qué descanse en paz, don Guillermo.

-----

Como segundo punto, los voy a poner al día sobre la situación de las demandas que enfrentamos. Actualmente tenemos 13 demandas civiles, 11 penales, 1 de familia y 1 electoral, cuyas pretensiones alcanzan la suma de \$60.1 millones. De estos 26 procesos judiciales, 6 fueron demandas nuevas presentadas desde la última vez que nos vimos. Durante el año, no obstante, también se ordenó el archivo provisional de un proceso penal, así como el archivo de las 26 denuncias penales presentadas por miembros del partido Cambio Democrático.

Del lado positivo, en la demanda de calumnia e injuria presentada por el ex administrador de la Autoridad de Turismo, Salomón Shamah, de la que salimos airosos, presentamos una contrademanda para recuperar las costas. En este proceso, finalmente el Órgano Judicial ordenó el pasado mes de febrero el pago de \$81 mil a nuestro favor, suma obtenida del remate de una finca de propiedad del señor Shamah.

Sobre el caso de la agencia publicitaria In House Advertising, vinculada al fraude por \$2.5 millones que fue descubierto a principios de 2016, el proceso penal ha avanzado muy lentamente. El 10 de enero de 2018 se llevó a cabo la audiencia preliminar en la que se ordenó llamamiento a juicio a los señalados como responsables. Sin embargo, la celebración de la audiencia ordinaria principal ha venido siendo pospuesta desde el 10 de octubre de 2018 y se ha dado como nueva fecha el 27 de mayo próximo. Actualmente la ex colaboradora Aida Tejada está detenida, mientras que el representante legal de la agencia, José Carrizo, se encuentra en libertad bajo fianza.

Nuestros abogados de la firma Mejía y Mejía están presentes y podrán responderles cualquier inquietud adicional.

-----

Como tercer punto, quiero comentarles sobre los resultados financieros y los desafíos que enfrentamos. Señores accionistas, este año ha continuado la tendencia negativa en los ingresos, especialmente en la venta de publicidad. Los ingresos totales cayeron un 17.2% hasta \$27.4 millones, mientras que el segmento de la publicidad disminuyó un 24.8% hasta \$16.6 millones.

Vale la pena aclarar que esto no es algo particular a Corprensa o a Panamá, es una realidad a nivel mundial que ha llegado a Panamá con retraso, pero con fuerza. En Estados Unidos, el desplome de los ingresos por publicidad impresa es de un 66% desde 2005, el año de ingresos más altos en la industria. En nuestro caso, el pico de ingresos se alcanzó 8 años después, en 2013, y desde entonces ha habido una caída del 48% en los ingresos, lo cual nos da una disminución promedio de un 12% anual. En resumen, hoy día nuestro volumen de negocio es la mitad de lo que era hace 6 años.

Aunque sin duda la desaceleración económica que hemos vivido en nuestro país durante estos últimos años ha influido en la tendencia, consideramos que estos resultados se deben principalmente al continuo proceso de disrupción del modelo de negocios tradicional en el cual la publicidad impresa permitía pagar las grandes redacciones. Con la internet y, en particular, con la llegada de los teléfonos móviles inteligentes, los periódicos impresos, la radio y la televisión han perdido la efectividad que tenían antes como canales de distribución de publicidad.

En 2015, cuando se notó por primera vez un decrecimiento de nuestros ingresos, bajo el liderazgo de Luis Navarro, hicimos nuestro primer plan estratégico. Este tenía dos pilares principales: La reducción de gastos para liberar recursos y la búsqueda de fuentes alternas de ingresos.

Desde 2015, en cumplimiento del plan trazado, hemos logrado reducir los gastos de servicio y operaciones en \$7.8 millones o un 26%. Solo en 2018 redujimos los gastos en \$2.4 millones, es decir un 9.8%. Como consecuencia de ello, el total de asociados ha disminuido desde unos 650 en 2014 a 383 al día de hoy. Este no ha sido un proceso fácil ni agradable, pero pueden estar seguros que este proceso se ha llevado con responsabilidad y que se han respetado y cumplido con todas las obligaciones laborales. Desde 2015, se han desembolsado \$3 millones en cumplimiento de esas obligaciones, y tan solo en 2018 fueron \$700 mil. Tomen en cuenta que la reducción en gastos mencionada incluye estas cifras, por lo que el esfuerzo realizado para reducir los gastos ha sido sustancial y mayor a lo que parece.

Nuestro plan estratégico también establecía que debíamos crear nuevas fuentes de ingresos. En ese sentido, hemos abierto nuevas líneas de negocio a través de marcas como Metro por Metro, Asistente Financiero, Foros y Eventos, Tustiquetes.com, entre otros. A continuación, les presentaremos un video que resume brevemente esta nueva oferta de servicios.

----

Estos emprendimientos nos han generado desde 2015, \$1 millón en ingresos adicionales, de los cuales la mitad se generaron el año pasado. Los mismos muestran una tendencia muy positiva. Por ejemplo, Metro por Metro, en este primer trimestre, ha generado casi lo mismo en ingresos que todo el año pasado. La unidad F5 es la que organiza los ya conocidos Café con La Prensa, así como el evento anual de Visión, en el que este año, fuimos los primeros en convocar a todos los

candidatos a la presidencia en un mismo evento. Esta unidad tiene un gran potencial de crecimiento. En otros periódicos, esto se ha convertido en una de las fuentes de ingreso más dinámicas y que además permite afianzar suscriptores ofreciéndoles beneficios para asistir a los eventos.

Mientras tanto, Asistente Financiero nos coloca entre las empresas más innovadoras del país. Les recomiendo a todos que entren en [asistentefinanciero.com](http://asistentefinanciero.com) y vean la versatilidad de la herramienta, que permite contratar seguros de auto contra terceros, comparar tarjetas, y solicitar préstamos personales, entre otros servicios.

A pesar de esto, los resultados de los nuevos negocios no han crecido a la velocidad ni en la magnitud requerida para reemplazar los ingresos de publicidad que hemos perdido. Esto ha causado una divergencia frente a nuestro plan y ello nos plantea desafíos que pensábamos que estaban un poco más distantes en el tiempo. En este proceso de cambio, no nos puede frenar la nostalgia, ni podemos arraigarnos a falsas esperanzas. Necesitamos ser audaces y repensar el periódico.

En septiembre de 2018 agregamos dos nuevos objetivos a nuestro plan estratégico: Primero, encontrar mecanismos de generación de ahorro mediante la tercerización o la cooperación y colaboración con terceros, por ejemplo, en los servicios de logística y distribución. Con esto estamos siguiendo los caminos trazados por los periódicos a nivel internacional, que están buscando sinergias en todas las unidades de apoyo, desde la impresión hasta la gestión de cobros, para poder adaptarse al nuevo ecosistema de negocios. Esto pone de relieve, que la función principal del medio y en particular un medio como nosotros es la generación de contenido, de contenido de calidad.

Como segundo elemento nuevo de nuestra estrategia, agregamos las suscripciones digitales como un complemento fundamental a nuestras fuentes de ingreso. Para este año, nos establecimos metas, por primera vez, de generación de suscripciones digitales. Y, nos quedó claro, que para poder alcanzarlas y superarlas, serían necesarias dos cosas: cambiar los procesos internos dentro de la redacción de los diarios y adquirir una nueva plataforma tecnológica que

nos facilitase el trabajo en la redacción y mejorase sustancialmente la experiencia de nuestra audiencia digital.

Así, en diciembre de 2018, luego de evaluar varias alternativas y visitar algunos diarios para conocer de primera mano lo que se estaba haciendo en otros lados, la junta directiva aprobó realizar una alianza con el sistema editorial llamado Arc, desarrollado por el Washington Post luego de que este periódico fuera adquirido por Jeff Bezos, el fundador y presidente de Amazon. Además de agregar nuevas funcionalidades, Arc resolverá muchos de los obstáculos que tiene nuestro sistema actual. Entre sus beneficios, nos permitirá alinearnos con nuestra estrategia de suscripciones digitales porque podremos utilizar el mismo sistema de suscripciones digitales del Washington Post, con lo cual superaremos muchas de las deficiencias sufridas en la actualidad. Nuestro objetivo es poder ofrecer la mejor experiencia posible a nuestros lectores y con Arc nos sentimos confiados de que conforme aparezcan innovaciones en el ámbito digital, estas se irán incorporando al sistema.

Una herramienta, no obstante, es solo eso, una herramienta. Para volcarnos hacia la nueva era digital, los procesos de producción de contenido tienen que seguir cambiando con un enfoque primordial a la audiencia digital. A continuación, les presentamos un pequeño video preparado por Miguel López, de la Unidad de Contenido Digital, para acercarlos a este proceso de cambio.

----

Señores accionistas, no estamos ignorando los escenarios extremos, pero estamos actuando prudencialmente para optimizar una transformación. En línea con la visión original de los fundadores de esta empresa, sabemos que para garantizar nuestra independencia editorial, requerimos recuperar la sostenibilidad financiera. En el seno de la junta directiva, en la gerencia y en las direcciones editoriales, estamos conscientes de que sin medios de comunicación independientes, capaces de llevar adelante investigaciones de gran envergadura, tiempo e impacto, no hay una democracia libre.

Solo un medio de comunicación de gran alcance y fortaleza económica es capaz de enfrentar a quienes ejercen el poder político o económico y aguantar los embates o amenazas que se generen producto de una investigación. Como nos recuerda nuestro vicepresidente, César

Tribaldos, imaginen a Panamá por un momento sin La Prensa, ¿cómo se vería? ¿Cuál sería el costo para el país? ¿Qué otro medio de comunicación ha sido capaz de llevar adelante tantas investigaciones periodísticas de tanto impacto?

La Prensa debe continuar siendo ese medio, el periódico de referencia de Panamá, la voz que no calla.

Muchos se creen el cuento de que la información es gratis. Por supuesto, nada es más lejos de la realidad. Es costoso generar el contenido que se publica todos los días y contar con un equipo de investigación que produce publicaciones de gran impacto. Los redactores, fotógrafos, editores, diseñadores, correctores, soporte técnico, todo eso cuesta y hay que pagarlo generando ingresos de alguna forma, sin decir nada del costo de la luz, el edificio, los celulares, los equipos, los softwares, y los servicios de contabilidad, etc. En este sentido, hay un gran desafío cultural, el de convencer a nuestras audiencias de que vale la pena apoyar el periodismo independiente, de que esto no se trata de un perfecto alineamiento con su visión política o económica, ni que el diario sea perfecto, sino en convencerse de que la buena información es costosa.

En los últimos 12 meses hemos seguido publicando reportajes de mucho impacto a pesar de todos los desafíos.

El 14 de noviembre publicamos la primera entrega del denominado Caso Pandeportes o Secuestro Deportivo, en el cual revelamos desembolsos por el orden de \$14 millones entre julio de 2014 y mayo de 2017 a asociaciones deportivas como la Federación Panameña de Beisbol, la de Baloncesto, la de Fútbol, la de Voleibol, la de Natación, entre otras, muchas de ellas vinculadas a diputados, fondos que no han sido vistos o percibidos por los deportistas supuestamente beneficiados.

Este trabajó, realizado por la periodista Mary Triny Zea, quien forma parte de la Unidad Investigativa liderada por nuestro director asociado, Rolando Rodríguez, tomó más de un año de recopilación de información, análisis de datos, y realización de más de 100 entrevistas en campo.

Esta serie ya lleva 11 entregas periodísticas, y ha sido complementada con 6 cortometrajes dirigidos por Alberto Serra.

Cabe destacar otras publicaciones como la del fraude en las afiliaciones de la Caja del Seguro Social y la revelación de las llamadas fincas saca presos, fincas valoradas en millones de dólares y utilizadas como fianzas de garantías para obtener medidas cautelares, pero que están ubicadas en áreas extremadamente apartadas sin acceso pavimentado o luz eléctrica. Se estima que un centenar de personas ha salido con libertad bajo fianza usando estas fincas de poco valor económico. Esta investigación fue realizada por la periodista Ereida Prieto, de nuestra Unidad Investigativa.

En el transcurso del año hemos dado seguimiento a la investigación publicada en 2017 sobre las planillas de la asamblea. Se develó por ejemplo la contratación de una treintena de cuidadores de caballos del hipódromo presidente Remón como consultores de la Asamblea. Hemos seguido de cerca a decenas de casos en el sistema judicial, publicado reportajes sobre los dudosos fallos de jueces que son reincidentes en su actuar, así como el proceso de extradición del ex presidente Ricardo Martinelli y el caso de los pinchazos.

Hemos denunciado el agotamiento de los recursos de la Caja del Seguro Social; analizamos y advertimos sobre los desafíos que enfrenta la Autoridad del Canal de Panamá, recientemente descubrimos el retraso del Centro de Convenciones de Amador, y reportamos sobre el negociado de la tala ilegal y las filtraciones tóxicas del relleno de Patacón.

Mi Diario nos apoya en la difusión de estas investigaciones a una audiencia a la que tradicionalmente no le llega La Prensa. Pero no se queda atrás en publicaciones de impacto. La editora Herminia Rivera ganó el premio de prensa de Probidside por su excelente reportaje, "Corren Peligro", sobre las afectaciones del VIH en la Comarca Ngobe-Buglé. La Prensa, por su parte, cosechó 7 premios otorgados por el Forum de Periodistas, entre ellos el Mejor Reportaje de Periodismo Escrito, la Mejor Investigación Periodística, el Gran Premio Nacional de Periodismo, la Mejor Cobertura Noticiosa de Periodismo Escrito, la categoría de Periodismo Cultural, la categoría Gastronomía, y junto a el periodista independiente Guido Bilbao en alianza con el Pulitzer Center, la Mejor Producción Periodística Multimedia.



---

El año pasado no pagamos dividendos, y este año tampoco. Además, cerramos con una pérdida neta luego de la aplicación de nuevas normas contables, de \$1 millón. Esta es la primera vez que esto ocurre desde que recuperamos el diario en 1990. Pero La Prensa nunca se creó con el objetivo de pagar dividendos. El proyecto, no obstante, fue tan exitoso que al menos desde 2002 se ha pagado un acumulado de \$14.56 por acción en dividendos. Y durante 10 años seguidos, se pagó al menos un dólar por acción, es decir que anualmente se pagó el mismo monto invertido por los accionistas originales, \$1 por acción. Por tanto, los inversores originales, los que creyeron en el proyecto de abrir un periódico independiente en medio de una dictadura militar que bien podía cerrarlo en cualquier momento, ha multiplicado con creces su inversión monetaria. Pero el dividendo más importante ha sido el de recuperar la democracia y, hoy día, luchar por una mejor institucionalidad.

El diario La Prensa cuenta con 13,000 suscriptores a su edición impresa. En total, circula diariamente con un promedio de 19,000 ejemplares. Mientras tanto, de Mi Diario circulan 45,000 ejemplares, siendo el periódico impreso de mayor circulación en el país. De hecho, la publicidad impresa en Mi Diario creció en 2018 y por una razón muy sencilla, porque esos 45,000 ejemplares se compran todos los días en la calle y en las tiendas.

El portal digital de La Prensa, prensa.com, es la 5ta página más visitada en Panamá, después de Google, Youtube, Facebook y Encuentra24. Diariamente, recibimos entre 100,000 y 140,000 visitas, que permanecen un promedio de 5 minutos y medio y ven 3 páginas en promedio. Estas estadísticas son de primer nivel, pero creemos que lo podemos hacer aún mejor. Es por ello que nos hemos aliado con Arc, para poder ofrecer la mejor experiencia posible a nuestra audiencia digital y poder adaptar nuestra producción y distribución de contenidos a la era digital, como parte fundamental de nuestra estrategia corporativa.

Estamos repensando Corprensa y realizando una transformación. No será fácil, pero gracias a la buena gestión de administraciones anteriores, contamos con un patrimonio de \$34 millones, prácticamente no tenemos deudas financieras y tenemos una situación de liquidez que nos permite ejecutar esta transformación sin tener que tomar decisiones apresuradas, sino bien

deliberadas y pensadas. Esta situación financiera es un lujo que quisieran tener muchos otros medios comparables a nosotros.

Esta junta directiva entera, todo el equipo gerencial, editorial y de asociados está comprometido con Corprensa. Somos un diario movido por una misión, la misión de defender los principios republicanos y la democracia, luchar contra la corrupción pública y privada, y denunciar los abusos de poder y la violación de los derechos humanos.

El proceso de transformación tomará tiempo. A nuestros asociados, los invito a pensar y actuar como si este fuera otra vez el primer día de Corprensa, en el que hay que ganarse tanto a los clientes como a los lectores. A ustedes, señores accionistas, no me queda más que agradecerles nuevamente y pedirles su apoyo en este proceso de cambio al que nos enfrentamos.

Muchas gracias,