



RCNRADIO

**INFORME
DE SOSTENIBILIDAD**

2022



FERNANDO MOLINA SOTO
Presidente

HERNÁN MOSQUERA VILLA
Vicepresidente Financiero

AGUSTÍN RAMÍREZ CARO
Vicepresidente de Talento Humano y Sistema de Gestión

JOSÉ ANTONIO SUCCAR LEGA
Vicepresidente de Operaciones

JORGE EDUARDO CORREA ROBLEDO
Vicepresidente de Mercadeo y Ventas

JAVIER MÁRQUEZ VARGAS
Gerente Nacional Jurídico

JORGE ENRIQUE ROA ANGULO
Gerente Ejecutivo Nacional de Producción y Programación

ORLANDO CASTAÑO BOADA
Gerente de Planeación y proyectos

HENNIO MAURICIO GARCÍA LÓPEZ
Gerente Nacional de Ventas

HUGO LEONARDO RODRÍGUEZ MORENO
Gerente Digital de Contenidos

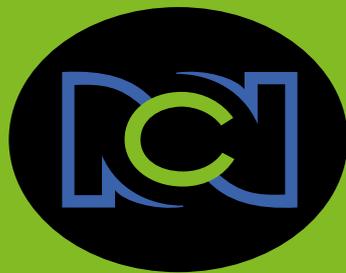
ANA MARÍA GUERRERO CARVAJAL
Gerente de Responsabilidad Social Empresarial O.A.L.

MARÍA VICTORIA MEJÍA ISAZA
Directora Nacional de Contabilidad

WILSON BÁEZ OLIVEROS
Coordinador Nacional de Auditoría

DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN:
Proceso de Talento Humano y Sistema de Gestión

CONTENIDO



RCNRADIO







1 PERFIL RCN RADIO

	Pág.
Presencia en Colombia	19
Nuestros aliados periodísticos	20
Canales de distribución	21
Nuestro Himno	27



2 ESTRATEGIA CORPORATIVA

	Pág.
Pensamiento organizacional	31
Propósito superior	31
Misión	31
Visión	32
Esencia de negocio	32
Principios y valores	32
Política del sistema integrado de gestión	32
Autopistas estratégicas	34
Estrategia corporativa	34
Líneas de acción	34



3 ACERCA DE NUESTRO INFORME

	Pág.
Nuestro Modelo de Sostenibilidad	39
Ética empresarial	40
Nuestros compromisos	41
Nuestros grupos de interés	43
RCN Radio y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - O.D.S.	52
Sello de sostenibilidad	55



4 GOBIERNO CORPORATIVO

	Pág.
Nuestros Órganos de Gobierno	59
Estructura Organizacional	60
Mapa de procesos	61
Junta Directiva	62



5 CRECIMIENTO RENTABLE

	Pág.
Crecimiento rentable	67
RCN Radio - Like Radio	68
Plataformas que son escuchadas	69
Metodología IMA	73
Alineados KPI'S de las marcas	74
Cocreando para su marca	76
Informe de Mercadeo publicitario	77
El Clásico RCN 2022 ed. 62	81
Exposhow	85
Tienda ganadora	89



6 CONTENIDOS RELEVANTES

	Pág.
Valores de Contenido	96
Producción y Programación	98
Candidatos Presidenciales	99
Contenidos Digitales	111
Técnica	115
Planeación y Proyectos	119
Informática	120
Movilización Social	122



7 TALENTO HUMANO

	Pág.
Por un bienestar sostenible	147
Bienestar y clima organizacional	150
Formación y desarrollo de competencias	163
Comunicaciones	166

8 MEDIOAMBIENTE Y SISTEMA DE GESTIÓN

	Pág.
Sistema de gestión de la Calidad	174
Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	181
Sistema de gestión ambiental	187
Proveedores	196
Somos energía limpia	199

9 CUENTOS Y CRÓNICAS RCN

	Pág.
Cuentos	
Niño Dios	203
Las Voces en las Paredes	205
Gort, y su viaje sin regreso	208
Urania	212
Crónicas	
La llegada de miles de migrantes a Necoclí entre la angustia y el sueño americano	216
La realidad de Los Otros	217
200 años de olvido	
Egan Bernal resucitado	220



UN MENSAJE DEL PRESIDENTE

"Cuando los tiempos se ponen difíciles no nos damos por vencidos. Nos levantamos"
- Barack Obama



FERNANDO MOLINA SOTO
Presidente

RCN Radio es una magnífica empresa que en este año 2023 celebra sus 75 años de creación. Son más de siete décadas con escenarios disonantes.

De alguna manera, la humanidad, las empresas, las personas siempre estamos en crisis, en permanente cambio; cada año la incertidumbre está presente y se manifiesta de distintas formas. Gracias a nuestra actitud de emprendimiento, aquí estamos, siempre con optimismo y mucha resiliencia, porque le apostamos a Colombia. Optimismo entendido como la actitud para ver las cosas en su aspecto positivo o más favorable y específicamente relacionado con la proactividad, el trabajo con entusiasmo, emoción, ideas y conceptos visionarios para aumentar la probabilidad de lograr lo que nos proponemos.

Todo lo que pasa, positivo o negativo, de alguna manera volverá a pasar. Sin embargo, el único fracaso es no intentar cambiar.

Nos hemos transformado y anticipado con frecuencia, superando el contexto y las circunstancias, algunas veces sociales, otras po-

líticas, naturales, o de salud, como en el caso de la pandemia. Gracias a nuestra visión e innovación tecnológica y a la calidad del talento humano que tenemos salimos, aunque con dificultades, adelante. No solo fueron los dieciocho meses en los cuales el 80% de los trabajadores operaron desde casa, han sido también las consecuencias e impacto que esta dejó y que no superamos del todo.

*"Si uno no se arriesga, si no lucha, si no brega, pues las cosas no se pueden dar de la noche a la mañana"*¹, es la gran filosofía y legado que tenemos del doctor Carlos Ardila Lülle, un creyente de este país y de sus instituciones, empresario colombiano, visionario, que formó un gran conglomerado y conjunto de empresas, entre ellas este importante medio de comunicación que pasó de la radio tradicional a la digital y que las combina en todas sus expresiones.

Son 75 años de retos que superan la esencia de lo que somos como medio de comunicación. Podemos listar un número importante de logros con los que, desde una filosofía de la sostenibilidad económica, social, cultural

¹ <https://www.larepublica.co/especiales/una-formula-de-hacer-empresa-carlos-ardila-lulle/carlos-ardila-lulle-el-hombre-que-se-arriesgo-a-transformar-a-colombia-3217408>

y ambiental, estamos comprometidos, teniendo como premisa fundamental principios y valores claros.

RCN Radio es una de 27 empresas certificadas con el sello de sostenibilidad otorgado por ICONTEC. Solo 7 de estas se ubican en categoría de excelencia, siendo la nuestra la única empresa del sector de telecomunicaciones². De la misma manera, en temas de armonía laboral y seguridad y salud en el trabajo, recibimos en el año 2022 el máximo nivel de reconocimiento en categoría ORO, con el premio **Inspiradores de Tranquilidad** por nuestro buen desempeño en accidentalidad y enfermedad laboral para empresas de más de 1000 trabajadores, por la ARL Bolívar.

Como presidente de esta importante Cadena me declaro también un optimista y gran soñador,

admiro y respeto esta empresa, creo en ella y en todo lo que representa social y económicamente para este país. Tenemos el propósito de hacer que las empresas perduren, como motor de desarrollo y superación de barreras de atraso y pobreza.

A todos los que me acompañan con optimismo, gracias. A nuestros accionistas por su apoyo y creer en nosotros, así como a oyentes, usuarios, clientes, comunidad, trabajadores, familias, entidades privadas y oficiales.

Los invito a leer y a apreciar en toda su magnitud este informe de sostenibilidad 2022.

Fernando Molina Soto
Presidente

² Fuente: ICONTEC.



PARA RESALTAR



ANTORCHA AIR AL MÉRITO COMUNICACIONAL

Con la presencia de delegaciones de radiodifusores de 16 países de las Tres Américas se celebró de manera presencial en la ciudad de Washington, del 23 al 26 de mayo, la 48 Asamblea General de la AIR, organizada por la National Association of Broadcasters - NAB de los Estados Unidos, a la que fue invitado nuestro presidente el Dr. Fernando Molina Soto.

En el marco de esta asamblea se entregó **“LA ANTORCHA DE AIR”** al Mérito Comunicacional, reconocimiento extraordinario de la AIR a las emisoras de radio y televisión de las tres Américas, por su relevante contribución comunicacional de servicio y de ayuda a la comunidad, con motivo de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del COVID19.

El Dr. Molina recibió a nombre de RCN Radio **“LA ANTORCHA DE AIR”**, reconocimiento que hace extensivo a todo el talento humano de la Cadena por su compromiso y responsabilidad en el tratamiento a la información relacionada con el COVID19.

Felicitamos y agradecemos al Dr. Molina este importante reconocimiento para la Cadena.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A NUESTRO TALENTO PERIODÍSTICO

PREMIO REGIONAL DE PERIODISMO ENRIQUE MEDINA FLÓREZ

Paola Márquez Sanabria con la crónica 200 años de olvido: La realidad de “Los Otros”, en el municipio de Tunja, Boyacá.

PREMIOS SIMÓN BOLÍVAR

Reconocimiento del Jurado a **Linda Carolay Morales Pérez** por el Reportaje Audio del trabajo “Arauca: tierra de todos, tierra de nadie”.

PREMIO NACIONAL DE PERIODISMO CAMACOL 2022

Luis Alfonso Cruz, por el trabajo “El Imperio de las invasiones”.

PREMIO CRISTO REY 2022

Categoría Radio a **Gina Paola Caicedo** como Mejor locutor(a) Nacional.

PREMIO ALFONSO BONILLA ARAGÓN

Programa La Tertulia con Calor Vallecaucano, por el trabajo “El día que la Historia de Cali cambió”. Realizado por los periodistas Rubén Darío Gálvez y Oscar López Noguera.

PREMIO DE PERIODISMO DEPARTAMENTAL LUIS ENRIQUE FIGUEROA REY 2022

Jerson Colmenares y **Cristian Santos** de RCN San Gil, en la categoría mejor Crónica o reportaje de radio.

PREMIO DE PERIODISMO MARISCAL SUCRE

Franklin Monterroza Nieves y **José Pablo Toscano** con la crónica “La tutela un recurso que nació hace 31 años”.

ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PRENSA DEPORTIVA (AIPS).

Reconocimiento a **Carlos Antonio Vélez** y **Henry Jiménez** por haber cubierto más de 8 Mundiales de Fútbol.



PREMIO POR
TODA UNA VIDA
AL SERVICIO
DEL PERIODISMO
Y LA RADIO

Rodrigo Vásquez, gerente de RCN Radio Cúcuta.

GACETA
DE COLOMBIA

Medalla Luis Carlos Galán por vida y obra en radio de nuestro país a **Esperanza Rico Laverde**.

Galardón a **Juan Manuel Ruiz Machado** como Mejor director de radio en el país.

MIEMBRO
DE NÚMERO
DE LA ACADEMIA
COLOMBIANA
DE LA LENGUA

Nombramiento dado al gran periodista **Juan Gossaín** como un “reconocimiento a su carrera en diferentes medios, sus méritos lingüísticos y su trayectoria como autor de varios libros. Entrará a ocupar la silla “Rr”, con la que tendrá la oportunidad de participar en deliberaciones, exponer ideas sobre el idioma y tendrá el derecho de intervenir en las decisiones tomadas por la Academia”.

CONCURSO
CRÓNICAS
ANTONIO JOSÉ
CABALLERO

Primer Puesto, Jairo Alonso Pérez Delgado por su crónica “La llegada de miles de migrantes a Necoclí (Antioquia) entre la angustia por el sueño americano y la bonanza económica que dejaron en el municipio”.

Segundo Puesto, Norma Paola Márquez Sanabria por su crónica “La realidad de los Otros: 200 años de olvido”.

Tercer Puesto, Jairo Chávez Ávila por su crónica “Egan Bernal resucitado”.



MICRÓFONO DE ORO 2022



Reconocimiento que tiene como finalidad rendir homenaje a personajes de la vida nacional que hayan contribuido con sus actuaciones al engrandecimiento de nuestro país

Durante el año 2022 se otorgó el micrófono de oro por trayectoria, compromiso y aportes a RCN Radio a:

Luis Francisco Andrade Chávez "Paché Andrade"

Inició sus labores en RCN Radio el 23 de noviembre de 1978, como locutor deportivo. Entre 1989 y 2012 se desempeñó como director de deportes de la Cadena Básica y como sociedad hasta enero de 2022.

Carlos Antonio Vélez Naranjo

Ha acompañado a esta Cadena como Comentarista Deportivo desde hace 33 años. Los 22 primeros vinculados por nómina y los otros once mediante la sociedad Vélez Publicidad Ltda.



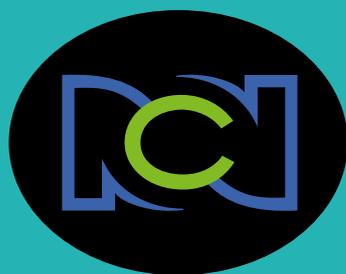
Nidia Amparo Escobar Sanz

Fueron 24 años de trabajo, primero como gerente de ventas en Pereira desde el año 1998, posteriormente en 2002, como gerente de esta misma ciudad y desde el año 2010 al 2022 como gerente regional Eje Cafetero, con las ciudades de Manizales, Armenia y Cajamarca. Además de estos buenos logros en su carrera, en el año 2012 fue la primera ganadora del concurso al mejor gerente del año.



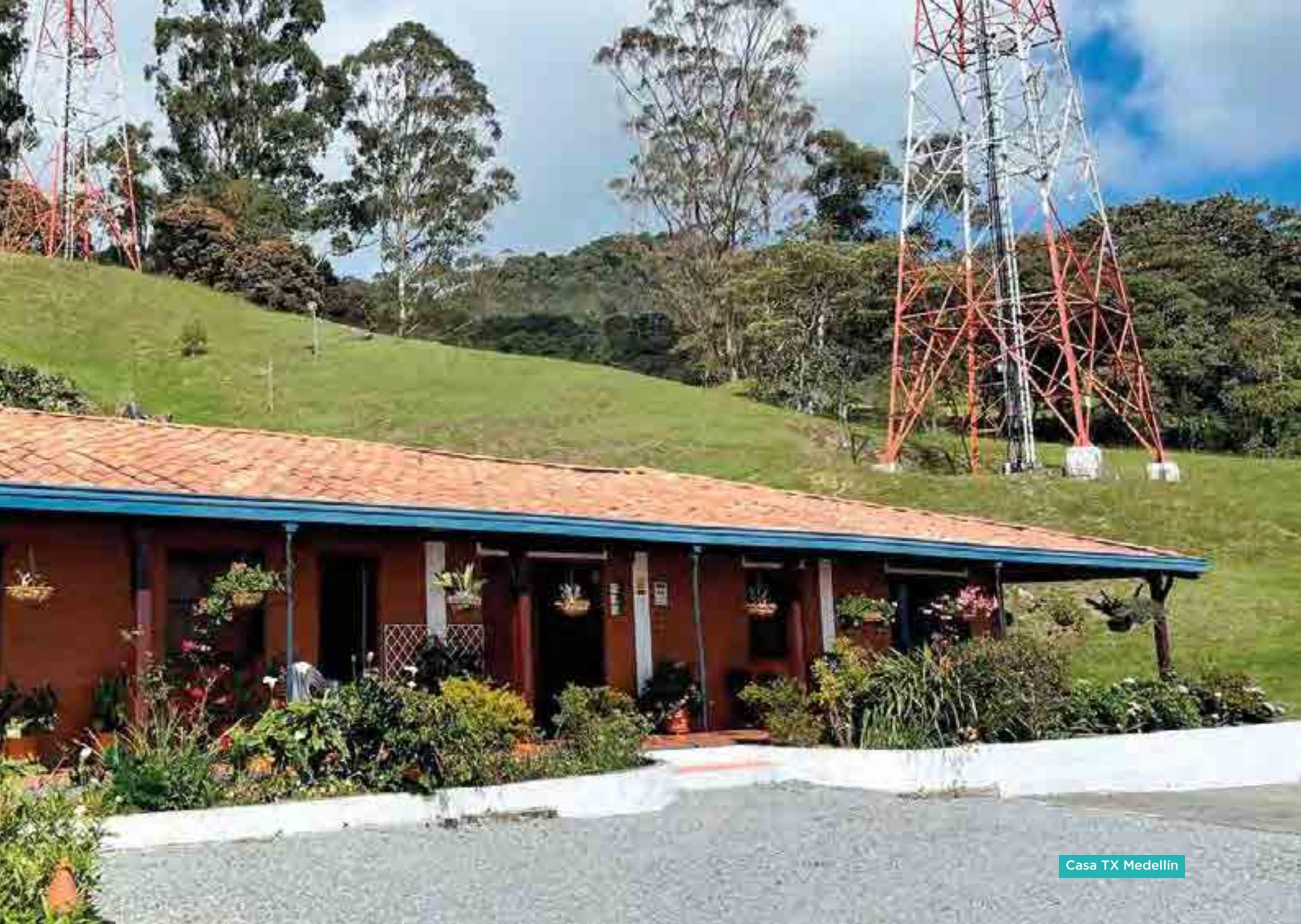
1

PERFIL RCN RADIO



RCNRADIO





Casa TX Medellín





PRESENCIA DE RCN EN COLOMBIA

RCN Radio hace contacto con todos los segmentos de la población a través de sus emisoras en frecuencia AM y FM, distribuidas en 12 sistemas radiales, portales y aplicaciones web, redes sociales y streaming de audio. Opera a través de su sede principal con domicilio en Bogotá y 49 sedes en todo el país agrupadas en 7 regionales y con cubrimiento nacional, regional, local y urbano.

Conectándonos a nivel...

- Nacional
- Regional
- Local
- Rural
- Urbano

Medellín	Ibagué
Fredonia	Neiva
Girardota	Fusagasugá
La Ceja	Girardot
Rionegro	Flandes
Caucasía	Espinal
Bogotá	Pereira
San Andrés	Villa María
Villavicencio	Manizales
Villapinzón	Armenia
Cali	Cajamarca
Buga	Calarcá
Buenaventura	Tunja
Pasto	Duitama
Popayán	Sogamoso
Tuluá	Barbosa
Tumaco	Villa de Leyva
Sevilla	Aguachica-Cesar
Barranquilla	Cartago
Cartagena	Florencia
La Paz	Garzón – Huila
Riohacha	Ipiales
Santa Marta	La Dorada - Caldas
Sincelejo	La Plata - Huila
Valledupar	Leticia - Amazonas
Lorica	Mocoa
Montería	Orito – Putumayo
Planeta Rica	Pacho
Santo Tomás	Palmira
Bucaramanga	Puerto López
Cúcuta	Samacá
Los Patios	San Francisco – Putumayo
Ocaña	San José del Guaviare
San Gil	San Juan del Cesar-Guajira
Barrancabermeja	Tibú - Norte de Santander
Sabana de Torres	Timaná
	Villete
	Yopal
	Zapatoca-Santander

Regionales

1. Antioquia
2. Bogotá
3. Occidente
4. Costa
5. Santanderes
6. Tolima
7. Eje Cafetero
8. Boyacá

NUESTROS ALIADOS PERIODÍSTICOS

Estos son nuestros aliados estratégicos internacionales en el servicio informativo.

La Voz de América



Radio Nederland



RFI Radio Francia Internacional



AFP Agence France - Presse



Radio Vaticana



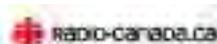
Radio Carve Uruguay



KW Continente Panamá



Radio Canadá



Grupo Aluis Guatemala



Radio Nacional de Paraguay



Radio Cooperativa de Chile



Radio Caracas



Radio Quito



Radio Programas de Perú



Radio Panamericana de Bolivia



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Evolución de los Canales de distribución de las marcas de RCN Radio.

La radio de RCN Radio tradicionalmente ha entregado su señal por frecuencias en AM y FM, con las nuevas tecnologías los contenidos hablados, musicales, de información y entretenimiento cuentan hoy con nuevos canales de distribución tales como: streaming, Podcast, sitios web, redes sociales, red celular, audio en TV, etc.; que utilizan una variedad de dispositivos de acceso, además del radio radicional, como: computadores, altavoces inteligentes (Smart Speakers), teléfonos celulares, tabletas, televisores, etc.





De una
distribución
Básica...



TRANSISTOR



TALENTO
RADIAL



AM
Y FM



PARRILLA



TRADICIONAL



MARCAS
AM - FM Streaming

APPS

Eventos

WhatsApp

Redes Sociales

Podcast

Streaming Audio plataformas

Altavoces Inteligentes

Web

Las Personas se conectan a los contenidos por MULTIPLES PLATAFORMAS

DINÁMICO



RCN RADIO Hablada

- Informativos
- Tendencias
- Programas de opinión



RCN RADIO Musical

- Djs
- Artistas
- Concursos
- Entretenimiento
- Invitados



TV/PRENSA

- Canal RCN
- Cerrada
- Diario La Republica



RCN RADIO UN ECOSISTEMA

De puntos de Contacto



MARKETING ONLINE

- Apps
- Redes Sociales
- Streaming
- Portales
- Parlantes Inteligentes



BTL

- Conciertos
- Experiencias
- Activaciones
- Showcar
- Roomcar
- Caravanas
- Directos



MERCADEO SOCIAL

- Campañas Sociales
- Compromiso Social
- Apoyo Gobierno



GENERACIÓN DE CONTENIDO

- Líderes de Opinión
- Contenido Curado

ContentLab

ECOSISTEMA RADIAL Y MUSICAL



RCN Radio, hoy es un ecosistema integrado por radio hablada, musical, marketing online, generación de contenidos, mercadeo social, experiencias BTL, televisión.

RCN Radio hablada y musical

Cada uno de nuestros doce sistemas de radio hablada y musical se conecta con un grupo objetivo para satisfacer los intereses de los usuarios y las marcas. Contamos con 12 SISTEMAS RADIALES para hacer contacto con todos los segmentos de la población.





Marketing Online

La radio se escucha en los dispositivos tradicionales como son los radiotransistores y equipos de sonido, pero el mundo digital llega a sumarse entregando el audio, video y contenido exclusivo en nuestros portales web, las app nos llevan a una relación más profunda con las personas, permitiéndonos estar como parte del contenido de calidad que buscan día a día, escuchándonos, visitándonos o notificándonos de las temáticas que quieren conocer de primera mano.

Generación de contenido

La generación de contenido es contar historias (storytelling) que llevan a aumentar las ventas o posicionan una marca en un terreno de atributos o emociones dirigidas al grupo objetivo con el tono, el lenguaje y los referentes como son los líderes de opinión de todos nuestros programas.

Mercadeo social

Las marcas deben proyectarse a la sociedad e identificarse con sus valores, logrando que las personas valoren más las marcas y gestionen recursos para el bienestar, el desarrollo social, la cultura, la protección del medioambiente o la educación.

Eventos y BTL

Las experiencias en las personas son fuente de emociones y las emociones son el motor de la toma de decisiones.

El buscar establecer conexiones entre las marcas y los consumidores nos permite comprometer los sentidos de las personas y les permite interactuar físicamente con la marca, llegando a generar experiencias increíbles.



NUESTRO HIMNO

Sintonicemos nuestros corazones con cantos de amor y noticias de paz, transmitamos nuestras emociones por los satélites de la amistad.

CORO:

En RCN, vibran las ondas de amor, irradiamos alegría para hacer un mundo mejor, luchamos por la misma causa, somos una empresa feliz, trabajamos como hermanos y amamos a nuestro país.

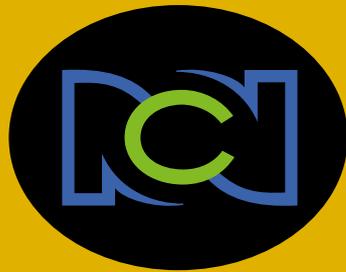
Siempre seremos más eficientes, con entusiasmo, entrega y lealtad: mucho respeto por nuestros oyentes y entre nosotros fuerza y voluntad.

CORO:

En RCN, vibran las ondas de amor, irradiamos alegría para hacer un mundo mejor, luchamos por la misma causa, somos una empresa feliz, trabajamos como hermanos y amamos a nuestro país.



2 ESTRATEGIA CORPORATIVA



RCNRADIO





Casa TX Carmelo La Mega Medellín





ESTRATEGIA RCN RADIO DESPLIEGUE Y ALINEACIÓN

ESTRATEGIA 2020 - 2024

1. PENSAMIENTO ORGANIZACIONAL

En RCN Radio está claro que nuestra función como empresa privada y como medio de comunicación va mucho más allá de generar crecimiento económico, y que éste solo es posible y deseable si al tiempo se cumplen los presupuestos y las metas financieras, se contribuye de forma simultánea con el cuidado del medioambiente, con el bienestar de los trabajadores y sus familias, así como con el respeto a los derechos humanos y al progreso de la sociedad en general.

Para los años 2020-2024, RCN Radio se ha propuesto nuevos y ambiciosos retos a partir de la innovación y la cultura digital, con un propósito superior de “contribuir al progreso de cada colombiano mediante contenidos que agreguen valor”, con responsabilidad y tenacidad aunando esfuerzos, generando y aportando la experiencia de más de siete décadas para hacer de nuestro país un lugar posible para vivir y educar a las nuevas generaciones de colombianos.

La filosofía que orienta el quehacer de RCN Radio tiene como foco central el ser humano, su bienestar, calidad de vida y desarrollo integral, sean estos trabajadores, familias, clientes, usuarios, proveedores, comunidad, gobierno, accionistas.

Cada cinco años, el Comité Ejecutivo y Estratégico de la Cadena hace un balance de sus objetivos estratégicos y define unas nuevas directrices que orientarán el logro de sus metas. Son estrategias que representan las acciones que se llevarán a cabo para lograr sus objetivos a un lapso de tiempo y se establece como respuesta a las situaciones y retos que se plantea a partir de las exigencias del entorno empresarial, social, tecnológico, de innovación, de sostenibilidad y así mejorar y mantener su competitividad.

En los siguientes puntos se presentan las definidas para los años 2020-2024, que incluye entre otros aspectos, misión, visión, valores, políticas, autopistas.

2. PROPÓSITO SUPERIOR

Contribuir al progreso de cada colombiano mediante contenidos que agreguen valor.

3. MISIÓN

Conectarnos con las personas para ser parte de sus vidas a través de contenidos relevantes.



4. VISIÓN

Ser la compañía colombiana de contenidos con mayor credibilidad y confianza.

5. ESENCIA DE NEGOCIO

La monetización de las audiencias, derivadas de contenidos desarrollados por el mejor talento.

6. PRINCIPIOS Y VALORES

- Dedicación total a satisfacer y superar las necesidades y expectativas de nuestros oyentes, usuarios y anunciantes, con calidad e innovación.
- Respeto al individuo, a la comunidad y al medioambiente.
- Integridad, ética y moral en todas nuestras actuaciones.
- Compromiso con el bienestar y la calidad de vida de nuestros trabajadores y de sus familias.
- Compromiso con el progreso del país.

7. POLÍTICA DEL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

- Con el propósito superior de contribuir al progreso de cada colombiano mediante contenidos que agreguen valor, en RCN Radio trabajamos con una filosofía de la sostenibilidad, la responsabilidad social empresarial, la calidad, la seguridad y salud en el trabajo, el respeto por el individuo, la comunidad y la protección del medioambiente, la seguridad de la información, así como por la rentabilidad y continuidad del negocio.
- Desarrollamos una cultura organizacional orientada a:
 - Promover el desarrollo sostenible como un factor presente en todas nuestras actividades.
 - Generar contenidos, productos y servicios que satisfagan y superen las necesidades y expectativas de nuestros oyentes, usuarios y anunciantes.



- Propender por el bienestar y calidad de vida de los trabajadores y sus familias.
- Implementar estrategias para controlar los peligros y reducir los riesgos y generar ambientes de trabajo seguros y armónicos.
- Promover una cultura de calidad, innovación, mejoramiento continuo y rentabilidad de nuestros productos y servicios.
- Crear una cultura de cuidado, respeto y protección del medioambiente.
- Cumplir los requisitos legales y otros requisitos aplicables.
- Garantizar la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información de la Organización y de sus partes interesadas.

OBJETIVOS DEL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

Enfoque calidad

- Gestionar eficiente y eficazmente los recursos.
- Crecer en los ingresos totales.
- Mejorar la rentabilidad del negocio.
- Mantener la participación de mercado en el sector radio.
- Incrementar la participación de RCN Radio en el mercado de medios tradicionales.
- Crecer en número de clientes.
- Incrementar la participación en el mercado digital de los medios en Colombia.
- Conocer y desarrollar las audiencias para su crecimiento y el desarrollo comercial de la Cadena, a través de la data y la inteligencia artificial.
- Aprovechar la tecnología para generar conocimiento, valor y nuevas oportunidades de negocio.

- Ampliar y diversificar la oferta de contenidos para responder de una manera diferenciada con productos y servicios multiplataforma que incrementen y segmenten las audiencias.
- Desarrollar cultura de innovación en la Cadena.

Enfoque SST

- Propender por ambientes seguros, saludables y armónicos en las actividades que desarrollamos.
- Controlar y reducir los riesgos de la Seguridad y salud en el trabajo.

Enfoque Ambiental

- Contribuir a la lucha contra el cambio climático mediante acciones internas y externas.
- Controlar y mitigar los riesgos e impactos ambientales relacionados con la operación de RCN Radio en cuanto al manejo de residuos y el uso racional de energía, agua y otros recursos.
- Promover el desarrollo sostenible como un factor presente en todas nuestras actividades.

Enfoque Seguridad de la Información

- Proteger los activos de Información de la Organización.
- Asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la Información.
- Prevenir, proteger y detectar eventos de Ciberseguridad con su respectiva respuesta y comunicación que permita la recuperación y aprendizaje.
- Realizar la valoración de vulnerabilidades para identificar y gestionar el riesgo de Seguridad de la Información y Ciberseguridad.

Enfoque transversal en el Sistema de Gestión

- Contar con un talento humano competente que fortalezca una cultura enfocada en la innovación y en la excelencia operacional de manera que contribuya al cumplimiento de los objetivos de la organización y las necesidades del mercado, conforme a las políticas internas.
- Promover el desarrollo integral de los trabajadores, sus habilidades y capacidades, manteniendo un equilibrio entre la vida laboral y familiar.
- Seguir consolidando un clima de armonía, estimulante y motivador a partir de la formación de líderes influenciadores que articulen, permeen y dinamicen el cambio organizacional y la gestión del conocimiento, conforme a las políticas de la empresa.
- Cumplir con los requisitos legales con todas nuestras partes interesadas.

8. AUTOPISTAS ESTRATÉGICAS

- **Defender y fortalecer la esencia del negocio.**
 - Atraer, retener, formar y descubrir el mejor talento.
 - Ampliar y desarrollar la cultura digital.
 - Producir contenidos relevantes para las audiencias.
 - Contar con tecnología de punta para la producción y distribución de los contenidos.
 - Fortalecer la estructura del área de eventos para el desarrollo de nuevas experiencias.
- **Diversificar**
 - Invertir, desarrollar o realizar alianzas en nuevas empresas.
 - Explorar nuevos modelos de negocio.
 - Implementar espacios de cocreación.

9. ESTRATEGIA CORPORATIVA

Crecimiento rentable y fortalecimiento organizacional para una creciente generación de valor.

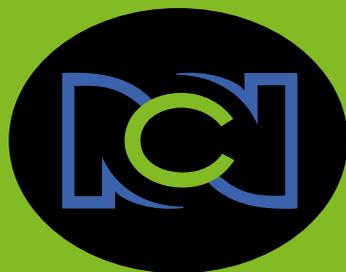
- **Crecimiento rentable:**
 - Conocer y fortalecer las audiencias de nuestras emisoras y sus plataformas digitales, para su fidelización y monetización.
 - Desarrollar nuevos productos y servicios que mejoren la experiencia de los clientes, oyentes y usuarios.
 - Explorar nuevos modelos de negocio para la búsqueda de otros mercados.
 - Fortalecer el relacionamiento con los clientes, los oyentes y los usuarios.
 - Incrementar las ventas en las operaciones actuales.
 - Utilizar tecnología de punta para la producción y distribución de los contenidos.
 - Buscar sinergias y alianzas.
- **Fortalecimiento organizacional**
 - Talento, para desarrollar ventajas competitivas.
 - Gestión del conocimiento.
 - Innovación, como parte de la cultura corporativa.
 - Transformación digital, centrada en nuestros clientes, oyentes y usuarios.
 - Eficiencia operacional con el uso de la tecnología.

10. LÍNEAS DE ACCIÓN

- Creciente generación de valor.
- Gestión del desarrollo comercial.
- Fortalecimiento y desarrollo de productos centrados en las audiencias.
- Gestión del Talento Humano.



3 ACERCA DE NUESTRO INFORME



RCNRADIO





Transmisor La Popa - Cartagena



RCN RADIO





1. NUESTRO MODELO DE SOSTENIBILIDAD

Nuestro modelo de sostenibilidad enmarca las líneas de acción, los asuntos a gestionar y los objetivos estratégicos de la Cadena bajo la premisa de “ser cada vez más rentables, tener más oyentes, usuarios y anunciantes, atraer y retener al mejor talento, protegiendo el medioambiente y prestándole el mejor servicio posible al país”.



- La base de la sostenibilidad es la generación de valor y rentabilidad para los accionistas con base en principios éticos.
- Con estándares claros de gobierno corporativo, en RCN buscamos una gestión transparente e integral del negocio de manera que la audiencia confíe en nuestra Compañía y valore la independencia de nuestros contenidos.
- Tenemos lineamientos claros plasmados en el Código de Buen Gobierno y en el Programa de Ética Empresarial (publicado en nuestras páginas de internet). Dichos documentos reúnen todas las políticas y procedimientos con respecto a la forma como operamos: misión, visión, principios y valores, valores de contenido, estructura organizacional, relación con los accionistas, órganos de gobierno, manejo de datos personales, conflictos de interés, manejo de proveedores, mecanismos de prevención del soborno, sistemas de control y auditoría, lineamientos éticos y legales para los contenidos, manejo de donaciones, entre otros.
- Con relación a nuestros contenidos tenemos claro que nuestra principal responsabilidad es fortalecer y desarrollar productos centrados en las audiencias, conectarnos con ellas, aprovechar nuestro poder de movilización en beneficio del país y generar rentabilidad como empresa.

Igualmente, entendemos que la gestión adecuada del talento humano es esencial, así como el cuidado del medioambiente.

- Todo lo anterior enmarcado en una cultura arraigada de calidad que iniciamos desde el año 2007. En materia de calidad, RCN Radio fue la primera cadena radial en Colombia en obtener la certificación ISO 9001 versión 2008. Posteriormente continuó evolucionando hacia el Sistema Integrado de Gestión que permite hacer un seguimiento permanente a todos los compromisos y metas de la Compañía en el marco de la calidad, la protección al medioambiente, la salud y la seguridad en el trabajo. Así mismo, RCN Radio fue el primer medio de comunicación en obtener el Sello Icontec de Sostenibilidad en el año 2016.

2. ÉTICA EMPRESARIAL

- RCN Radio cuenta con un programa de Ética, que tiene el objetivo de formular y comunicar las políticas, valores y principios establecidos por la alta dirección de la Cadena, los cuales están orientados a garantizar la realización de su función de manera transparente y honesta. También está en condiciones de identificar, detectar, prevenir y atenuar los riesgos relacionados con el soborno y prácticas corruptas. En el mismo se encuentran los lineamientos a seguir por los trabajadores, contratistas, proveedores, oyentes, usuarios y anunciantes, con el fin de evitar actos de corrupción y sobornos al interior de la Compañía. De la misma manera, están incluidos otros lineamientos plasmados en documentos como: Ma-

nual del Redactor • Manual de lineamientos éticos y legales valores de contenido • política de pauta responsable • contrato de trabajo • política de conflicto de interés • normas de propiedad intelectual.

- Como canal de comunicación para reportes o punto de contacto existe la línea ética: lineaetica@rcnradio.com.co a través de la cual se pueden canalizar de manera confidencial las denuncias, dudas o consultas y se delegó a la Coordinación Nacional de Auditoría como oficial de cumplimiento de las políticas establecidas. Todo el detalle del programa se encuentra alojado en el Portal Empresarial de la Cadena y fue socializado con todos los colaboradores de manera presencial y virtual a través del boletín "Entre Nos RCN Radio".





3. NUESTROS COMPROMISOS

LÍNEAS DE ACCIÓN	DESCRIPCIÓN		ASUNTOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
CRECIMIENTO RENTABLE	Crear valor y rentabilidad para nuestros accionistas con principios éticos y sostenibles.	1	Ingresos	Crecer en ingresos totales.
		2	Rentabilidad	Gestionar eficiente y eficazmente los recursos y mejorar la rentabilidad del negocio.
		3	Participación de mercado	Mantener la participación del mercado en el sector radio.
		4		Incrementar la participación de RCN Radio en el mercado de medios tradicionales.
		5		Crecer en número de clientes.
		6		Incrementar la participación en el mercado digital de los medios en Colombia.
		7	Nuevos negocios	Explorar nuevos modelos de negocio, diversificando el core de la Empresa.
GOBIERNO CORPORATIVO	Garantizar el buen gobierno corporativo como marco de una gestión transparente e integral del negocio.	8	Ética empresarial	Garantizar la aplicación de los más altos estándares éticos en todas nuestras actuaciones.
		9	Requisitos legales	Cumplir con los requisitos legales con todas nuestras partes interesadas.
CONTENIDOS RELEVANTES	Fortalecer y desarrollar productos centrados en las audiencias para conectarnos con ellas mediante contenidos relevantes.	10	Conocimiento de audiencias	Conocer y desarrollar las audiencias para su crecimiento y desarrollo comercial a través de la data y la inteligencia artificial.
		11	Tecnología	Aprovechar la tecnología para generar conocimiento, valor y nuevas oportunidades de negocio.
		12	Diversificar contenidos	Ampliar y diversificar la oferta de contenidos para responder de una manera diferenciada con productos y servicios multiplataforma que incrementen y segmenten las audiencias.
		13	Iniciativas sociales	Promover y apoyar iniciativas sociales que propendan por la construcción de un mejor país.
		14	Valores de contenido	Reflejar la independencia, la transparencia y los valores de la Cadena en todos nuestros contenidos para generar confianza en nuestras audiencias.
		15	Innovación	Desarrollar una cultura de innovación en la Cadena.

LÍNEAS DE ACCIÓN	DESCRIPCIÓN		ASUNTOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
TALENTO HUMANO	Contar con un talento humano competente que fortalezca una cultura enfocada en la innovación y en la excelencia operacional.	16	Desarrollo integral	Promover el desarrollo integral de los trabajadores, sus habilidades y competencias, manteniendo un equilibrio entre la vida laboral y familia.
		17	Clima	Mantener un clima armónico, estimulante y motivador que dinamice el cambio organizacional y la gestión del conocimiento.
		18	Sistema Integrado de Gestión	Promover la mejora continua del Sistema Integrado de Gestión con el fin de entregar productos y servicios con calidad.
		19	Bienestar	Garantizar el bienestar y la calidad de vida de nuestros trabajadores y sus familias.
CONTENIDOS RELEVANTES	Promover el desarrollo sostenible como un factor presente en todas nuestras actuaciones.	20	Impacto ambiental	Controlar y mitigar los riesgos e impactos ambientales relacionados con la operación de RCN Radio en cuanto a manejo de residuos y el uso racional de energía, agua y otros recursos.
		21	Cambio climático	Promover una cultura de la sostenibilidad y contribuir a la lucha contra el cambio climático mediante acciones internas y externas.





4. NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Buscamos que nuestra operación sea sostenible en aspectos económicos, sociales y ambientales, reconociendo y buscando satisfacer las necesidades de los grupos de interés con los cuales se relaciona RCN Radio. De manera permanente establecemos diálogo y comunicación con cada uno de ellos, con el objetivo de identificar expectativas y necesidades, para mantener relaciones armoniosas, éticas y encontrar oportunidades de mejora.

Para estos compromisos se han definido de manera estratégica políticas, proyectos, procesos y procedimientos que se despliegan desde la alta dirección y permean a toda la organización.

CÓMO NOS COMUNICAMOS		
OYENTES	ACCIONISTAS	Asamblea General de Accionistas
		Comité Ejecutivo y Estratégico RCN Radio
	COLABORADORES	Boletín mensual Entre – Nos
		Valoración de clima organizacional
		Valoración de riesgo psicosocial
		Valoración de competencias
		Portal Empresarial
		Buzón de Sugerencias (físico y virtual)
		Carteleras
		Comunicados - correo electrónico
		Comités de Convivencia Laboral
		Sistema Integrado de Gestión
		Programas de Talento Humano: inducción, selección, bienestar, formación, competencias, clima.

PARTE INTERESADA	SIG	NECESIDAD	EXPECTATIVA	REQUISITO	PROCESO ASOCIADO	RETROALIMENTACIÓN
OYENTES	CALIDAD	Informarse, entretenerse y tener compañía. Calidad de la señal recibida Credibilidad.	Generación de emociones.	Transmisión de la señal por frecuencias autorizadas. Cumplimiento normatividad para uso de los medios digitales.	Producción y programación.	Investigación de preferencias de la audiencia.
	SST	Condiciones seguras en escenarios de eventos desarrollados por la Cadena.	Condiciones seguras en escenarios de eventos desarrollados por la Cadena.	Cero incidentes o accidentes en eventos. Cumplimiento normativo para la realización de escenarios. Tener plan de respuesta ante emergencias.	Eventos de Radio.	Línea opine y sugiera Demanda.
	AMBIENTE	Evidenciar responsabilidad con el Medio Ambiente. Prácticas ambientales responsables.	Educación Ambiental Campañas informativas y de sensibilización ambiental.	Cumplimiento normatividad ambiental.	Producción y programación.	Línea opine y sugiera Demanda.
	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Protección de datos personales. Confidencialidad de la información.	Hay que asegurar que la información personal se mantiene íntegra y confidencial.	Ley de Protección de datos en Colombia.	Producción y programación.	Demandas por incumplimiento a la normativa. (Si no se presentan, se considera satisfecho el requisito).



PARTE INTERESADA	SIG	NECESIDAD	EXPECTATIVA	REQUISITO	PROCESO ASOCIADO	RETROALIMENTACIÓN
ANUNCIANTES	CALIDAD	Promover y dar a conocer sus marcas a través de la radio. Precio adecuado por la publicidad adquirida.	Aumentar los niveles de venta y posicionamiento de sus marcas a través de campañas publicitarias. Atraer nuevos clientes a la marca.	Cumplimiento de las condiciones pactadas en los contratos.	Ventas.	Encuestas de satisfacción quejas y reclamos.
	SST	Condiciones seguras de transmisión en la realización de los remotos de radio.	Cero incidentes o accidentes en la realización de remotos.	Cumplimiento normativo de la SST.	Producción y Programación.	Línea opine y sugiera.
	AMBIENTE	Evidenciar responsabilidad con el Medioambiente. Prácticas ambientales responsables.	Educación Ambiental. Campañas informativas y de sensibilización ambiental.	Cumplimiento normatividad ambiental.	Producción y programación.	Línea opine y sugiera quejas y reclamos.
	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Protección de datos personales. Confidencialidad de la información.	Asegurar que la información personal se mantenga íntegra y confidencial.	Ley de Protección de datos en Colombia.	Producción y programación Procesos administrativos.	Demandas por incumplimiento a la normativa. (Si no se presentan, se considera satisfecho el requisito).

PARTE INTERESADA	SIG	NECESIDAD	EXPECTATIVA	REQUISITO	PROCESO ASOCIADO	RETROALIMENTACIÓN
USUARIOS	CALIDAD	Información oportuna y veraz. Entretenimiento musical. Sonido de calidad. Credibilidad.	Información de fácil acceso. Programación musical acorde a preferencias. Experiencia digital. Tiempo de carga de la página. Presencia en todas las redes sociales.	Transmisión de la señal por frecuencias autorizadas. Requisitos normativos para la presencia en medios digitales.	Producción y programación digital.	Investigación de preferencias de la audiencia. Análisis estadísticos de la estrategia digital.
	SST	Condiciones seguras en escenarios de eventos desarrollados por la Cadena.	Cero incidentes o accidentes en eventos.	Cumplimiento normativo para la realización de escenarios. Tener plan de respuesta ante emergencias.	Eventos de radio.	Línea opine y sugiera.
	AMBIENTE	Evidenciar responsabilidad con el Medio Ambiente. Prácticas ambientales responsables.	Educación Ambiental. Campañas informativas y de sensibilización ambiental.	Cumplimiento normatividad ambiental.	Producción y programación.	Línea opine y sugiera.
	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Protección de datos personales. Confidencialidad de la información.	Asegurar que la información personal se mantiene íntegra y confidencial.	Ley de Protección de datos en Colombia.	Producción y programación.	Demandas por incumplimiento a la normativa. (Si no se presentan, se considera satisfecho el requisito).



PARTE INTERESADA	SIG	NECESIDAD	EXPECTATIVA	REQUISITO	PROCESO ASOCIADO	RETROALIMENTACIÓN
TRABAJADORES	CALIDAD	Mantener contratos laborales. Pago oportuno de salarios y prestaciones sociales.	Oportunidades para el desarrollo formación bienestar laboral.	Régimen colombiano de la contratación laboral.	Gestión del Talento Humano.	Política educativa, pacto colectivo, programas de bienestar y formación, comunicaciones.
	SST	Sitios de trabajo seguros que no afecten la salud y la integridad física. Cumplimiento de la normativa en SST.	Ambientes confortables para trabajar. Programas de atención, promoción y prevención en salud.	Cumplimiento normativa Seguridad y salud en el trabajo.	Gestión del Talento Humano y Sistemas de gestión.	Reporte de actos y condiciones inseguras COPASST y Comité de Convivencia laboral. Inspecciones, campañas, formación comunicaciones. Atención de peticiones, quejas y reclamos internos.
	AMBIENTE	Sitios de trabajo ambientalmente adecuados. Recursos suficientes para el desarrollo de la labor.	Compromiso organizacional con el medioambiente. Desarrollo de campañas ambientales. Responsabilidad social ambiental.	Cumplimiento de la normativa ambiental colombiana.	Gestión del Talento Humano y Sistemas de gestión.	Reporte de actos y condiciones inseguras COPASST y Comité de Convivencia laboral. Inspecciones, campañas, formación comunicaciones. Atención de peticiones, quejas y reclamos internos.
	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Protección y Confidencialidad de la información personal.	Asegurar la disponibilidad, integridad y confidencialidad de la información personal.	Ley de protección de datos personales.	Todos los procesos.	Reporte de incidentes de seguridad de la información. Atención de peticiones, quejas, reclamos internos. (Si no se presentan, se considera satisfecho el requisito).

PARTE INTERESADA	SIG	NECESIDAD	EXPECTATIVA	REQUISITO	PROCESO ASOCIADO	RETROALIMENTACIÓN
PROVEEDORES	CALIDAD	Asignación de contratos, órdenes de servicio, órdenes de pedido. Pago correcto y oportuno por el suministro de bienes y servicios.	Oportunidad constante y creciente para el suministro de bienes y servicios. Pagos oportunos en las mejores condiciones de mercado. Política de desarrollo de proveedores.	Cumplimiento normativo del Código de Comercio Colombiano.	Todos los procesos que realizan la adquisición de bienes y servicios.	Evaluación de proveedores (Si los proveedores no manifiestan inconformidad, se considera satisfecho el requisito).
	SST	Sitios de trabajo seguros para el desarrollo de las labores contratadas.	Requisitos adecuados en SST que permiten el cumplimiento de las labores contratadas. Apoyo en formación / capacitación de SST aplicable a la labor contratada.	Cumplimiento de la normatividad colombiana de SST.	Gestión del Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Evaluación de proveedores.
	AMBIENTE	Sitios de trabajo adecuados ambientalmente. Recursos suficientes para la realización de la labor contratada.	Requisitos adecuados en materia ambiental que permiten el cumplimiento de las labores contratadas. Apoyo en formación / capacitación temas ambientales aplicable a la labor contratada. Responsabilidad social ambiental.	Cumplimiento normatividad ambiental colombiana. Manual de Contratistas RCN Radio.	Gestión del Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Evaluación de proveedores.
	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Protección de datos personales Confidencialidad de la información de contratos.	Asegurar que la información personal y de contratos se mantiene íntegra y confidencial.	Ley de Protección de datos en Colombia. Contratos entre las Partes.	Todos los procesos que realizan la adquisición de bienes y servicios.	Demandas por incumplimiento a la normativa. (Si no se presentan, se considera satisfecho el requisito).



PARTE INTERESADA	SIG	NECESIDAD	EXPECTATIVA	REQUISITO	PROCESO ASOCIADO	RETROALIMENTACIÓN
JUNTA DIRECTIVA Y ASAMBLEA	CALIDAD	Rentabilidad. Cumplimiento de los objetivos y metas corporativas.	Crecimiento rentable. Reconocimiento y posicionamiento de la marca en el mercado.	Normatividad. Superintendencia de Sociedades. Direccionamiento Corporativo.	Direccionamiento Estratégico.	Reuniones de Junta Directiva. Informes de gestión y de control.
	SST	Cumplimiento de la normatividad colombiana en materia de SST.	No tener incidentes / accidentes o enfermedad laboral que afecten la operación del negocio y/o la imagen institucional.	Normatividad colombiana en materia de SST.	Gestión del Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Reuniones de Junta Directiva. Informes de gestión y de control.
	AMBIENTE	Cumplimiento de la normatividad colombiana en materia Ambiental.	No tener incidentes o accidentes ambientales que afecten la operación del negocio y/o la imagen institucional.	Normatividad colombiana en materia Ambiental.	Gestión del Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Reuniones de Junta Directiva. Informes de gestión y de control.
	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Cumplimiento de la normatividad colombiana en materia de seguridad de la información y la protección de datos.	No tener incidentes de seguridad de la información que afecten la operación del negocio y/o la imagen institucional.	Normatividad colombiana en materia de Seguridad de la información y la protección de los datos.	Tecnología. Seguridad de la Información.	Reuniones de Junta Directiva. Informes de gestión y de control.

PARTE INTERESADA	SIG	NECESIDAD	EXPECTATIVA	REQUISITO	PROCESO ASOCIADO	RETROALIMENTACIÓN
ENTIDADES ESTATALES DE VIGILANCIA Y CONTROL	CALIDAD	Cumplir requerimientos de los Entes de control, vigilancia, supervisión. Cumplir obligaciones fiscales, laborales y de responsabilidad con el Estado colombiano.	Oportunidad y transparencia en el cumplimiento de las obligaciones con los Entes de control y del Estado.	Normatividad legal vigente aplicable en Colombia.	Proceso Jurídico. Todos los procesos.	Auditorías Entes de control. Requerimientos Entes de control y Entidades del Estado.
	SST	Cumplir requerimientos normativos de SST.	Oportunidad y transparencia en el cumplimiento de los requisitos normativos de SST.	Normatividad colombiana en materia de SST.	Proceso de Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Auditorías Entes de control. Requerimientos Entes de control y Entidades del Estado.
	AMBIENTE	Cumplir requerimientos normativos Ambientales.	Oportunidad y transparencia en el cumplimiento de los requisitos normativos ambientales.	Normatividad colombiana en materia Ambiental.	Proceso de Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Auditorías Entes de control. Requerimientos Entes de control y Entidades del Estado.
	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Cumplir requerimientos normativos en materia de la Seguridad de la información y la protección de datos.	Oportunidad y transparencia en el cumplimiento de los requisitos de Seguridad de la Información y la protección de datos.	Normatividad colombiana en materia de Seguridad de la información y la protección de los datos.	Tecnología Seguridad de la Información.	Auditorías Entes de control. Requerimientos Entes de control y Entidades del Estado.



PARTE INTERESADA	SIG	NECESIDAD	EXPECTATIVA	REQUISITO	PROCESO ASOCIADO	RETROALIMENTACIÓN
COMUNIDAD	CALIDAD	Información oportuna, veraz y confiable. Entretenimiento Cumplimiento de la normatividad aplicable.	Valores de contenido Desarrollo de iniciativas / proyectos de Responsabilidad social empresarial.	Normatividad legal vigente aplicable en Colombia.	Todos los procesos.	Estudio de materialidad.
	SST	Cumplimiento de la normatividad legal vigente aplicable a SST.	Responsabilidad por el cuidado y protección de los trabajadores en los sitios de trabajo.	Normatividad vigente aplicable en materia de SST.	Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Requerimientos de la sociedad. Peticiones, quejas y reclamos.
	AMBIENTE	Manejo y uso eficiente de los recursos naturales.	Responsabilidad por la protección y cuidado del Medioambiente de la sociedad. Desarrollo de campañas ambientales con impacto en la sociedad.	Normatividad vigente aplicable en materia Ambiental.	Talento Humano y Sistemas de Gestión.	Requerimientos de la sociedad. Peticiones, quejas y reclamos.
	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Salvaguarda y protección de la información.	Responsabilidad por la seguridad de la información y la protección de los datos personales.	Normatividad colombiana en materia de Seguridad de la información y la protección de los datos.	Tecnología Seguridad de la Información.	Requerimientos de la sociedad. Denuncias, Peticiones, quejas y reclamos.

5. RCN RADIO Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE - O.D.S.

El 25 de septiembre de 2015 la Organización de Naciones Unidas definió una nueva agenda global de desarrollo para superar la pobreza, proteger el medioambiente y asegurar la prosperidad de todos los países. Dicha agenda consiste

en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible —O.D.S.— con metas específicas que se deben alcanzar antes del 2030. Para lograrlo es necesario unir esfuerzos entre los gobiernos, la sociedad civil y las empresas privadas.

En particular desde el sector privado debemos pensar formas concretas de aportar a los O.D.S. de acuerdo con la naturaleza y las estrategias de cada negocio. En el caso de RCN Radio contribuimos de manera decidida a los O.D.S. con las siguientes estrategias:

OBJETIVO	PROGRAMA
 <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p> <p>Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clásico RCN Social. • Promoción del deporte a través del sistema Antena 2. • Internamente programas dirigidos a los trabajadores y sus familias que incluye actividades lúdicas, recreativas, de salud mental y física, como concursos de cuento, de crónicas, celebraciones de fechas especiales, políticas de vivienda, préstamos, canjes, pacto colectivo de trabajo, así como actividades de salud mediante el desarrollo del programa de seguridad y salud en el trabajo. • Programa de radio RCN Contigo en la Cadena Básica dedicado a apoyar a la audiencia en materia de salud mental. • Con mi mascota en RCN Radio. • Dona de corazón (prendas de vestir). • Una decisión de Vida.
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p> <p>Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ajedrez al Parque. • Hay Festival. • Concurso de Cuento Interno para la promoción de la lectura y la escritura creativa. • Programa La Carreta Literaria. • Programa Liderazgo para la Competitividad Georgetown University. • Programa de becas Fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres. • Apoyo a la Caminata de la Solidaridad. • Política educativa para facilitar la educación de los colaboradores de RCN Radio y sus familias, así como formación interna con el apoyo del talento humano. • Copa Atlético Nacional. • Apoyo a la Copa Atlético Nacional. El programa lo lidera este equipo, desde RCN apoyamos su divulgación.



OBJETIVO	PROGRAMA
 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p> <p>Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Apoyo a Fundación Julie.• Campaña institucional contra el machismo en alianza con RCN Televisión.• Aumentar la proporción de mujeres trabajadoras en RCN Radio.
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> <p>Promover el crecimiento económico sostenible, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Programa radial Tierra de Sueños.• Estrategia de educación ciudadana en alianza con Asofondos sobre pensiones.• Programa de educación financiera y apoyo a microempresarios RCN- Bancamía.• Saber y Sabor de Colombia.
 <p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> <p>Reducir la desigualdad en y entre los países.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Campaña “Con Toda por los damnificados RCN-Cruz Roja Colombiana”.• GIZ Migración Venezolana - Reducción de Discriminación.
 <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p> <p>Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Premio a mejores gobernantes Colombia Líder.• Internamente asegurar instalaciones y puestos de trabajo seguros y saludables.• Zonas Futuro.

OBJETIVO	PROGRAMA
 <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p> <p>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medición de Huella de Carbono RCN Radio. • Sello ICONTEC de Sostenibilidad. • Sistema de gestión ambiental certificado por ICONTEC. • Clásico RCN social- educación en economía circular. • Campaña de promoción del Reciclaje. • Movilidad sostenible: viajes verdes en bicicleta RCN Radio. • Siembra de árboles. • Megaland Sostenible. • Clásico RCN Social.
 <p>15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</p> <p>Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sello ICONTEC de Sostenibilidad. • Sistema de gestión ambiental certificado por ICONTEC. • Programa sobre minería responsable en alianza con ACM.
 <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p> <p>Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Corporación Colombia Líder. • Comisión de la Verdad - Capítulo Étnico. • Red prodepaz - Informe Final de la Comisión de la Verdad.
 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> <p>Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 200 alianzas con entidades públicas, privadas y fundaciones a través del Departamento de Mercadeo Social. • Membresía del Responsible Media Forum de Inglaterra.



6. SELLO DE SOSTENIBILIDAD

Las organizaciones cada vez están más interesadas en ser reconocidas por la implementación de acciones que reduzcan y mitiguen sus impactos ambientales, sociales y económicos, de ahí la importancia de contar con una gestión sostenible; de esta manera, surge el Sello de Sostenibilidad para empresas que están convencidas de la importancia y del valor de su contribución al desarrollo sostenible.

La obtención del Sello es un mecanismo que permite comunicar a los grupos de interés la importancia que para la organización tiene la sostenibilidad y las acciones emprendidas para hacerse cargo de los impactos generados.

RCN Radio, en línea con su compromiso y uso de prácticas responsables, está comprometida y convencida de su responsabilidad con el desarrollo del país en temas sociales, ambientales y económicos, es por esto por lo que ha emprendido un camino para ser acreedora del sello de sostenibilidad que otorgan ICONTEC y Contreebute.

Durante los años 2016 a 2019 se tenían tres dimensiones: social, ambiental y económica; a partir del año 2021 se incluyó la estratégica. De la misma manera eran; tres categorías de otorgamiento del sello; para el mismo año se creó una cuarta denominada excelencia, que es el máximo nivel. Los puntajes por categoría son:

- **Origen:** 65% hasta 74,9%
- **Evolución:** 75% hasta 84,9%
- **Esencia:** 85% hasta 89,9%
- **Excelencia:** 90% y 100%

ESTOS SON NUESTROS RESULTADOS DESDE LA OBTENCIÓN DEL SELLO

AÑO	DIMENSIÓN ESTRATÉGICA	DIMENSIÓN SOCIAL	DIMENSIÓN AMBIENTAL	DIMENSIÓN ECONÓMICA	RESULTADO CATEGORÍA
2016		80%	73%	75%	Evolución 76%
2017		92,9%	83%	97,9%	Evolución 91,3%
2018		97,5%	81%	93,8%	Esencia 91%
2019		92,4%	85%	85,3%	Esencia 85%
2020-2022	95,5	93,5%	90,9%	90,8%	Excelencia 92,32%

4

GOBIERNO CORPORATIVO



RCNRADIO





Transmisor Rumba- Lorica





GOBIERNO CORPORATIVO

Abarca un conjunto de relaciones entre la administración de la empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas; proporciona igualmente la estructura a través de la cual se fijan los objetivos de la Compañía y se determinan los medios para alcanzar esos objetivos y supervisar el desempeño.

NUESTROS ÓRGANOS DE GOBIERNO



La Organización Ardila Lülle es la principal accionista de RCN Radio. La estructura de los órganos de gobierno corporativo nos permite tomar decisiones independientes.



Máximo órgano de gobierno.

Sus responsabilidades están reglamentadas por la ley y los estatutos de la sociedad.

Se encarga de direccionar la estrategia de la Empresa y determina las políticas de gestión y desarrollo de la Compañía.

Se reúne mínimo una vez al año.



Es el enlace con los accionistas.

Tiene la responsabilidad de analizar los resultados periódicos y de orientar la estrategia de la Cadena para el logro de sus objetivos.

Se reúne una vez al mes.



El Presidente es el máximo líder y representante legal de la Cadena.

Su principal responsabilidad es dirigir la estrategia organizacional y velar por el cumplimiento de su misión y objetivos estratégicos.



Lo integran el Presidente y los líderes de procesos de la Cadena.

Tiene como responsabilidades ejecutar las estrategias para el cumplimiento de los objetivos.

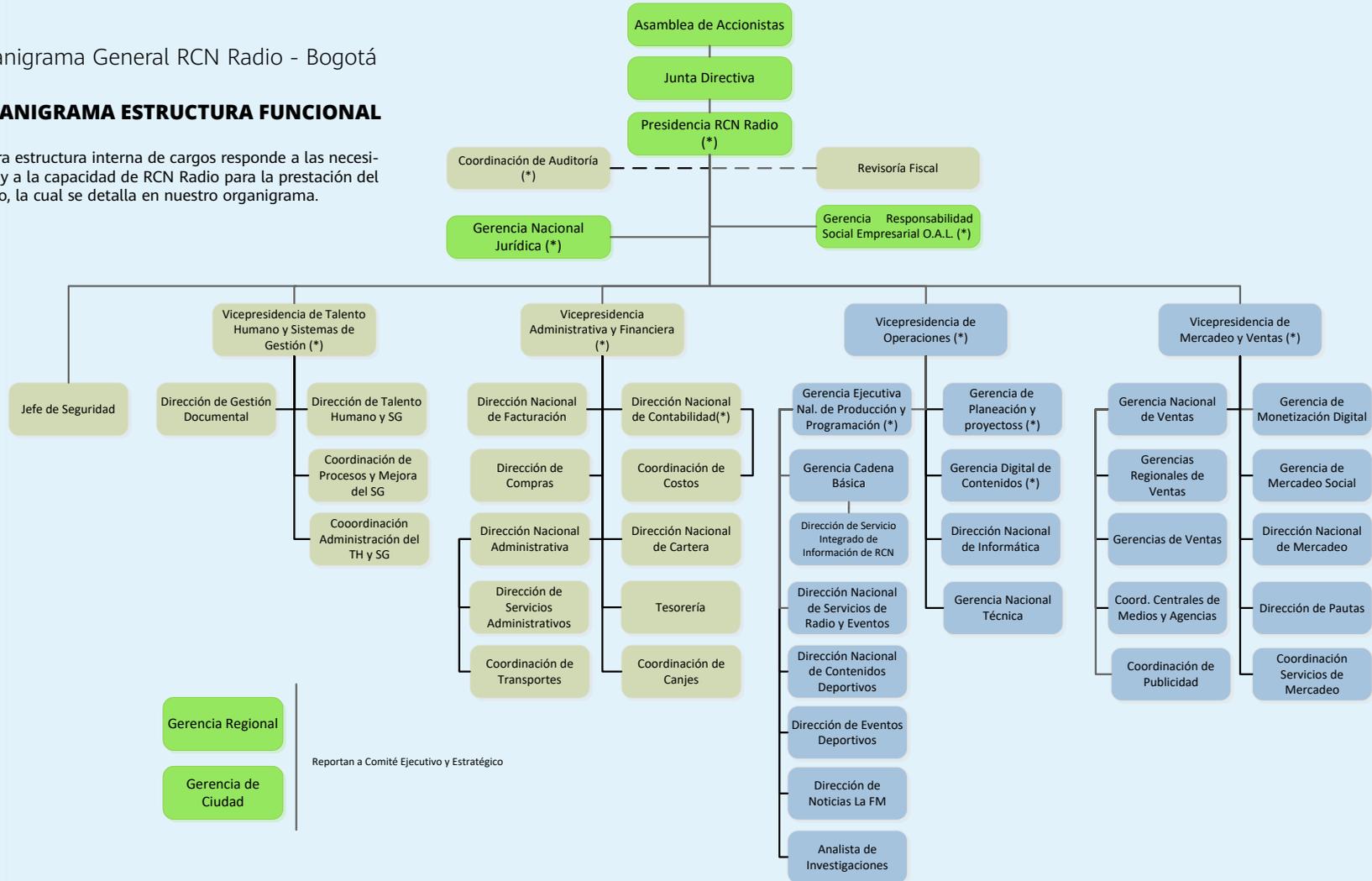
Se reúne como mínimo una vez al mes.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

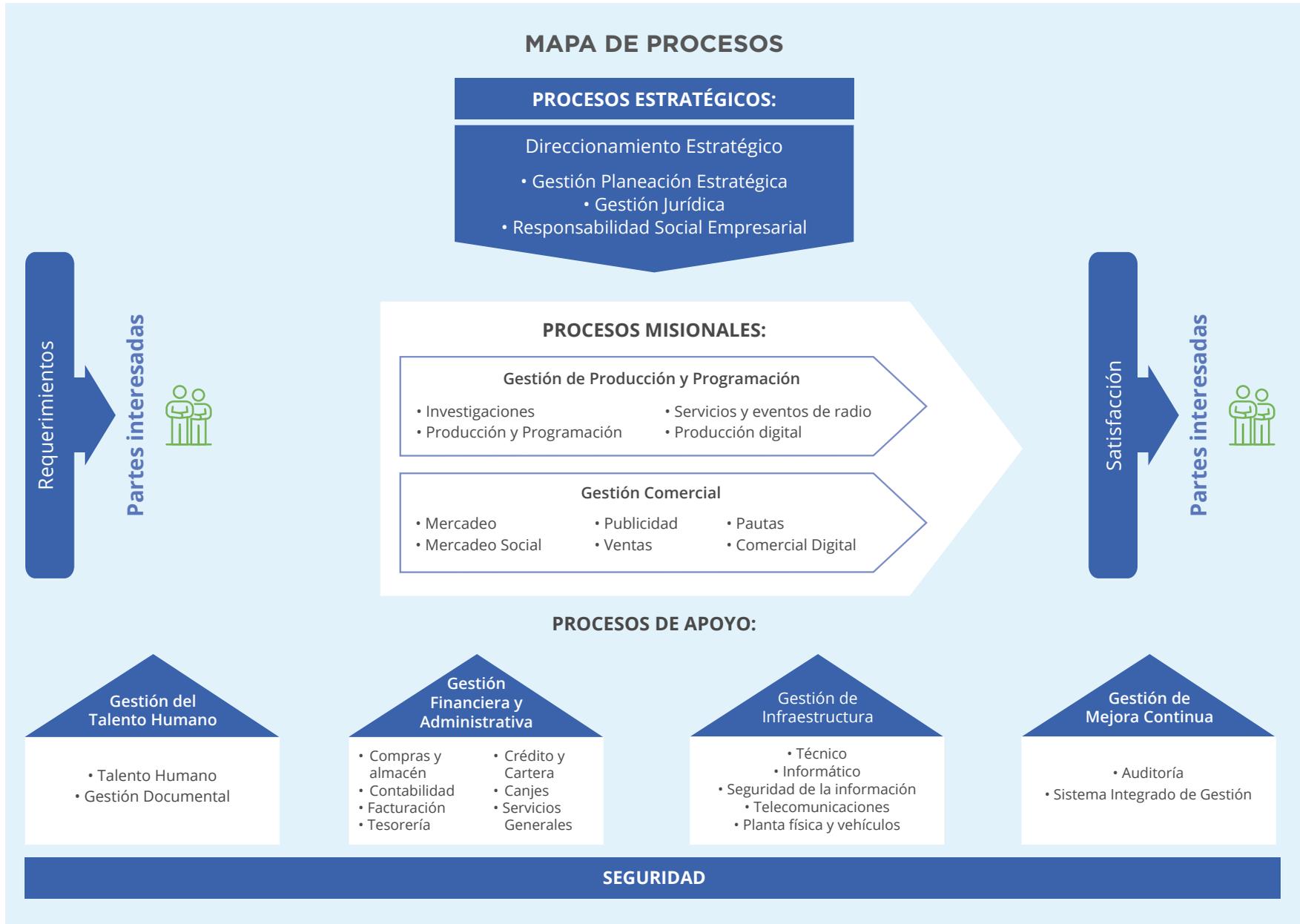
Organigrama General RCN Radio - Bogotá

ORGANIGRAMA ESTRUCTURA FUNCIONAL

Nuestra estructura interna de cargos responde a las necesidades y a la capacidad de RCN Radio para la prestación del servicio, la cual se detalla en nuestro organigrama.



■ Procesos Estratégicos
 ■ Procesos Misionales
 ■ Procesos de Apoyo
 — Subordinación
 - - Apoyo
 (*) Integra Comité Ejecutivo y Estratégico



JUNTA DIRECTIVA: Órgano superior en la definición, control y seguimiento a la estrategia de RCN Radio.



MIEMBROS PRINCIPALES

- IVÁN GUILLERMO LIZCANO ORTIZ
- MIGUEL IGNACIO GUTIÉRREZ NAVARRO
- SERGIO QUIJANO LLANO

MIEMBROS SUPLENTE

- GABRIEL MARTÍN REYES COPELLO
- RICARDO SALAZAR ARIAS
- FELIPE AUGUSTIN CORTES SEGURO



HERNÁN MOSQUERA VILLA
Administrativo y Financiero

AGUSTÍN RAMÍREZ CARO
Talento Humano y SG

JOSÉ ANTONIO SUCCAR LEGA
Operaciones

JORGE EDUARDO CORREA ROBLEDO
Mercadeo y Ventas



JAVIER MÁRQUEZ VARGAS
Jurídica

ANA MARÍA GUERRERO CARVAJAL
Responsabilidad Social O.A.L.

JORGE ENRIQUE ROA ANGULO
Ejecutivo de Producción y Programación

ORLANDO CASTAÑO BOADA
Planeación y Proyectos

HUGO LEONARDO RODRÍGUEZ MORENO
Digital de Contenidos

HENNIO MAURICIO GARCÍA LÓPEZ
Gerencia Nacional de Ventas



MARÍA VICTORIA MEJÍA ISAZA
Nacional de Contabilidad



WILSON BÁEZ OLIVEROS
Nacional de Auditoría

FERNANDO MOLINA SOTO
Presidente



5

**CRECIMIENTO
RENTABLE**



RCNRADIO







RCNRADIO





CRECIMIENTO RENTABLE

Los resultados operacionales de la Compañía y los demás indicadores financieros se proyectan mediante la preparación de un plan económico a 5 años, el cual es aprobado por la Junta Directiva.

El mismo se va evaluando mes a mes para revisar las variables exógenas que impactan sus resultados, en especial el comportamiento del mercado publicitario. Se toman las decisiones a corto y mediano plazo, buscando poder mantener los indicadores proyectados.

El 2022 fue un año donde la economía mundial atravesó por tres grandes tendencias restrictivas: los estragos económicos del mundo post-covid, el estallido de una guerra internacional entre Rusia y Ucrania con impacto global y la aceleración de la inflación mundial.

Por otro lado, a todo esto, se le adiciona el frenazo de la liquidez mundial para enfrentar la inflación. A nivel interno se presentaron variables que impactaron los resultados económicos debido al cambio de gobierno y las incertidumbres causadas por las expectativas de las reformas que propondría el nuevo gobierno al Congreso de la República.

Sin embargo, en el año 2022, nuestros resultados dan muestra de una gran recuperación frente a los resultados del 2021. Es así como nuestros ingresos operacionales crecieron un **18% frente el año anterior, alcanzando una rentabilidad sobre EBITDA del 0.9%.**

La facturación digital alcanzó un importante crecimiento del **39%** en el 2022 comparado con el año 2021.

Los ingresos Operacionales del año 2022 suman **\$ 171.540** millones.

El valor total pagado por impuestos de Renta, ICA, Prediales, Valorizaciones, Vehículos y otros sumaron **\$ 5.001** millones.



RCN Radio - Like Radio

Como personas, nos adaptamos e interactuamos con nuestro entorno. Hace más de siete décadas nos conectamos con la radio y hace más de 20 años comenzamos a interactuar con el mundo digital. Le damos “me gusta” a un video, una canción o una foto; le damos “like” a lo que nos identifica como personas.

La radio de RCN Radio ahora vive en el mundo conectado de las personas. La nueva dinámica de la radio es moderna y poderosa, convirtiéndose en una radio digital e innovadora.

RCN Radio ofrece nuevas formas de interactuar. Nuestro concepto “Like Radio” transforma la radio tradicional en una experiencia digital integral que conecta a las personas.



Plataformas que son escuchadas



49.4%
Aparato tradicional



42.3%
Celular con conexión a internet.



31.9%
Desde un TV



18.8%
Celular o Tableta con señal AM/FM



15.3%
Computador



3.3%
Tableta con conexión a internet

FUENTE: Colombia EGM / TGI

La radio de RCN Radio se escucha a través de diversas plataformas. En Colombia, el 49% de la población utiliza tecnologías tradicionales como radios de pilas, grabadoras o equipos de sonido para sintonizar la radio. Además, el 42% de la población utiliza sus teléfonos celulares con conexión a Internet para escuchar la señal de radio. Un 31,91% de personas escuchan la radio desde

un televisor inteligente, mientras que el 18,8% la sintoniza en sus teléfonos celulares o tabletas, donde pueden acceder a señales de AM y FM. Por otro lado, los computadores se convierten en una alternativa de distribución con un 15,3% de usuarios. La señal de RCN Radio se encuentra disponible en múltiples plataformas de distribución.



Las diferentes generaciones de personas, desde la Generación Silenciosa hasta los Baby Boomers, pasando por la Generación Y y la Generación Alfa, encuentran en RCN Radio la emisora que une a

nuestros líderes de opinión con el contenido específico para cada una de estas generaciones. Nuestro objetivo es llevar noticias, entretenimiento, deportes y música a sus vidas.



LIKE RADIO
EN TU FRECUENCIA
RCNRADIO

1. Occidente
2. Antioqueña
3. Cafetera
4. Costa
5. Santander
6. Centro
7. Ibagué

LIKE RADIO | **RCNRADIO**

Conectando a los colombianos

Llegamos a

- 95% de la población
- en 969 Municipios

Con 126 Emisoras

Conectándonos a nivel...

- Nacional
- Regional
- Local
- Rural
- Urbano

Regionales

86% Consumo
De la Radio en Colombia.

FUENTE: ECAR Total oyentes ult. 30 días.

RCN Radio nos permite conectarnos a nivel nacional, regional y local, tanto en áreas rurales como urbanas. Estamos presentes en todas las regiones de Colombia con 126 emisoras AM y FM, lo que nos per-

mite cubrir el 95% de la geografía nacional y llegar a 969 municipios. Estos datos reflejan que el 86% de la población ha consumido radio en los últimos 30 días.

Audiencia AUDIO



ECAR
7.980.964

OYENTES
ULT. 30 DÍAS
ECAR 3 2022



STREAMING
5.789.574

TRITON DIC 2022



CANALES YOUTUBE
3.124.142

USUARIOS ÚNICOS DIC 2022

Views
Diciembre

4.906.586

**Descargas/
Escuchas**
Hasta Dic Podcast

61.459.411



**TOTAL
COMUNIDAD**
SIN DUPLICIDAD
36.442.798



FUENTES: ECAR 3 2022 12-69 AÑOS NACIONAL;
GOOGLE ANALYTICS USUARIOS ÚNICOS; TRITON
DIGITAL; FACEBOOK ANALYTICS;
TWITTER; INSTAGRAM; YOUTUBE.

Portales RCN Radio

25.978.288
USUARIOS ÚNICOS



OCT - DIC 2022 - GOOGLE ANALYTICS

Redes Sociales



11.238.453



12.268.741



4.037.409



664.172

SEGUIDORES
REDES SOCIALES A
DICIEMBRE 2022

FACEBOOK - TWITTER - INSTAGRAM
(INCLUYE TODAS LAS CUENTAS NACIONALES Y LOCALES)

En RCN Radio calculamos el alcance de nuestras audiencias entre los colombianos, integrando todas las formas de distribución disponibles. Desde la radio tradicional hasta el streaming de audio, entregamos contenido a través de nuestros canales de YouTube, extendemos el contenido radial en nuestros portales y llegamos

a cada uno de nuestros seguidores en redes sociales. Estas plataformas nos permiten comprender que más de 36.442.798 colombianos entran en contacto cada mes con alguna de las marcas de RCN Radio.



RCN Radio cuenta con un marco de trabajo llamado "IMA" (Filosofía de Imaginación) que nos permite comprender los objetivos de cada uno de nuestros clientes. Este enfoque abarca el entorno y el ecosistema de la marca, incluyendo su competencia, y nos ayuda a comprender a las personas que forman parte de su audiencia. A partir

de ahí, desarrollamos una estrategia de comunicación que establece caminos creativos para co-crear y elaborar un plan de comunicación integral que cumpla con los objetivos de la marca. Nos ajustamos a sus KPI's (indicadores clave de rendimiento) y buscamos lograr el mayor retorno de inversión (ROI).



En RCN Radio nos alineamos con los KPI'S (indicadores clave de rendimiento), trabajando en todo el embudo de conversión. Generamos conocimiento para que los individuos puedan descubrir las marcas, sus lanzamientos, promociones y atributos o propuestas de valor. Nuestro objetivo es atraer a cada persona en los momentos o puntos de contacto adecuados, siguiendo su viaje del consumidor (Customer Journey).

Generamos tráfico e invitamos a los clientes a visitar el punto de venta, su página de aterrizaje (landing page) y sus redes sociales. Realizamos llamados a la acción y establecemos una conversión en las audiencias, proporcionando contenido de interés que ayuda a fidelizar a los usuarios. De esta manera, ayudamos a las marcas a cumplir con sus objetivos.



Revisemos nuestro plan de integración. Comenzamos centrándonos en las personas y su Customer Journey (viaje del consumidor). Generamos contenido cuidadosamente seleccionado, tanto por el medio

como por la marca. Luego, distribuimos este contenido en el ecosistema de RCN Radio con el objetivo de construir comunidades de marcas que se identifiquen con sus valores y establezcan fidelidad.

EN TU FRECUENCIA

Cocreando para su Marca

Marca

El Reto BRIEF

épico

CONVERSION FUNNEL

El Reto BRIEF

- GENERACIÓN DE CONTENIDO – BRANDED CONTENT
- FORMATOS TRADICIONALES
- FORMATOS INNOVADORES
- PRODUCCIÓN DE CONTENIDO

El poder de las Historias

Rol Medio y Distribución

- Programática
- Distribución En Podcasting
- Contenido Original
- Desarrollo de Experiencias BTL
- Formatos exclusivos

Fidelización

BIG DATA

Estructurada
No Estructurada
Semiestructurada

DATA TRANSVERSAL, GENERANDO ANALÍTICA Y CONOCIMIENTO ID COOKIE - REGISTRO

PROGRAMÁTICA - DMP REMARKETING CONTENIDO PERSONALIZADO

La metodología de trabajo de RCN Radio se basa en un “reto” presentado en el brief de la marca. Utilizando todas nuestras fuentes de información y audiencias, llevamos a cabo la minería de datos. Esta incluye datos estructurados, no estructurados y semiestructurados para obtener un conocimiento profundo de la marca, su competencia y sus consumidores.

A continuación, se establece una estrategia de comunicación que incorpora caminos creativos y define los mejores puntos de contacto y formatos de RCN Radio. Todo esto se realiza sobre una plataforma de contenido basada en el storytelling, lo que nos permite contar una historia en cada punto de distribución. Nuestro objetivo es obtener una respuesta del consumidor, medible a través de indicadores clave de desempeño.



INVERSIÓN

PUBLICITARIA ACUM DIC 2022

\$2.245.126 Millones

(TV, Radio, Rev, Pub Ext, Prensa)

Variación 10% 2022 Vs 2021 (203.891 M)

2.041.235 MM Inversión Publicitaria Neta Acum dic 2021

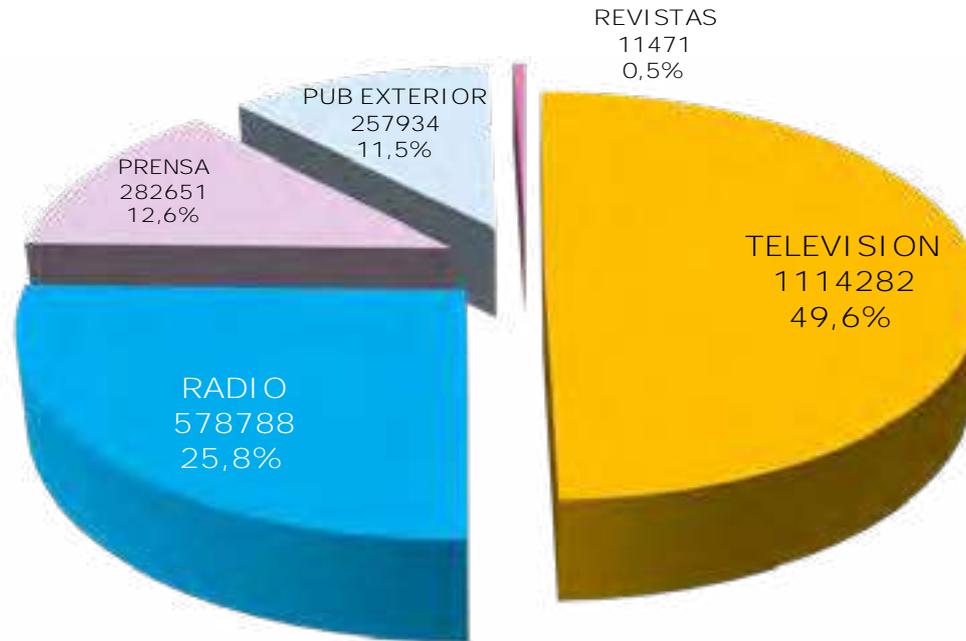
Fuente: Asomedios, AMI



El mercado publicitario en Colombia cerró en 2.2 billones de pesos en el año 2022, según datos de Asomedios y Ami. Esta cifra incluye la inversión en medios tradicionales como televisión, radio, revistas, publicidad exterior y prensa, con un crecimiento del 10% en la inversión de los anunciantes colombianos en

comparación con el año 2021, lo que indica una reactivación de las marcas y una mayor confianza en los medios de comunicación. Además, demuestra la confianza en los planes de mercadeo para lograr el crecimiento de las compañías y, en consecuencia, el crecimiento del país.

SHARE INV MERCADO PUBLICITARIO ACUM DIC 2022



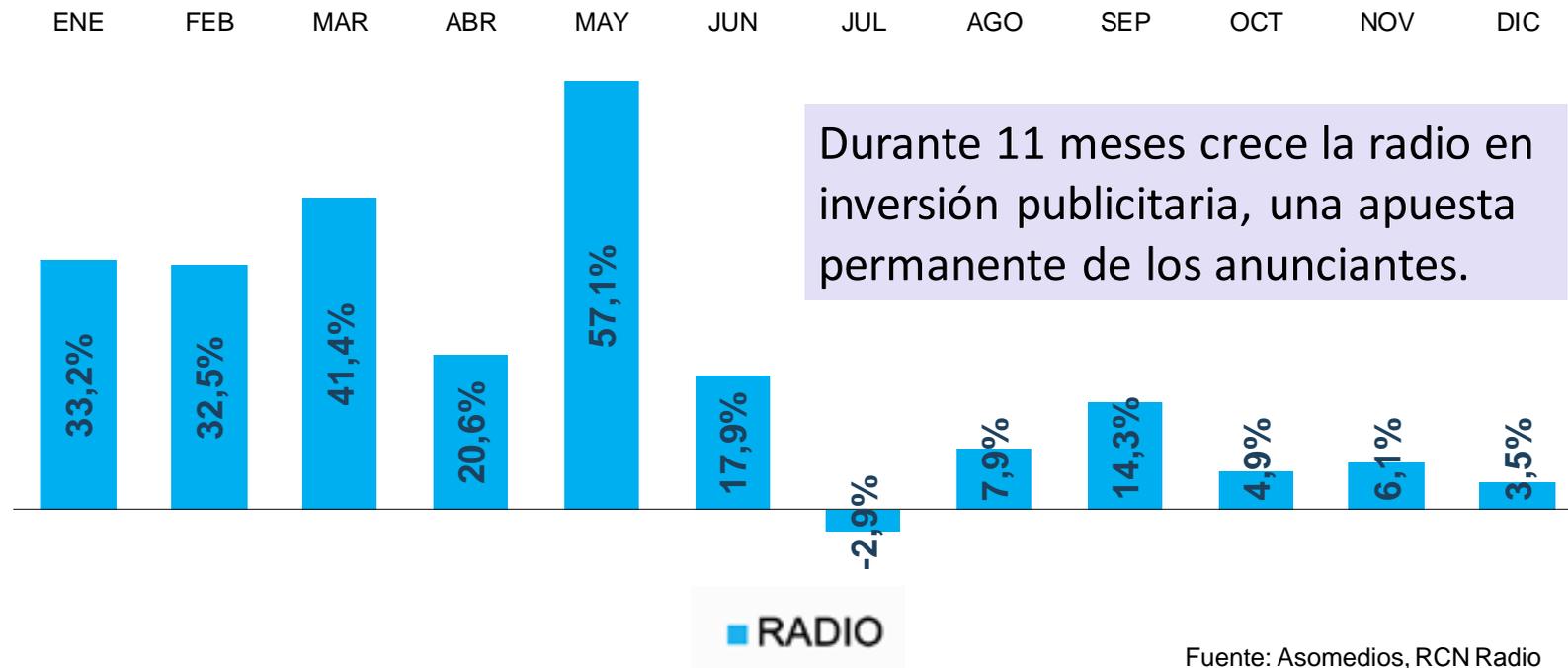
Fuente: Asomedios, AMI

INVERSIÓN PUBLICITARIA ACU DIC 2022: \$2.245.126 MM

Inversión de mercado publicitario año 2022, la televisión tiene una participación del 49.6% y la radio del 25.8%.



CRECIMIENTO DEL MERCADO RADIO MENSUAL AÑO 2022 vs 2021



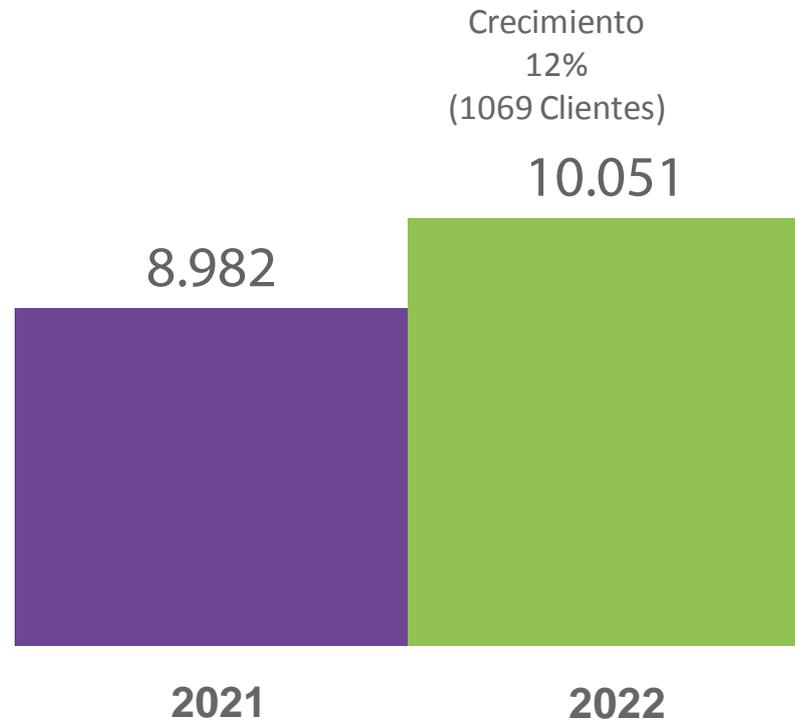
De acuerdo a Asomedios el crecimiento del mercado de la radio crece en 11 de los 12 meses del año 2022.



INFORME

2022

CLIENTES ACTIVOS 2021-2022



Para el año 2022 se tiene un crecimiento de 1.069 clientes, que representa un 12% más con referencia al año 2021, llegando a 10.051 clientes.



EL CLÁSICO RCN 2022 LLEGA A SU EDICIÓN 62

Convirtiéndose en uno de los grandes eventos deportivos del país por su alto nivel de competencia, la cobertura mediática, las actividades publicitarias y su impacto social.

Es el evento ciclista del país con mayor cubrimiento periodístico.

A través de los años el Clásico RCN, crece en el número de espectadores y su cobertura mediática, brindando actividades comerciales, involucrándose en temas sociales y dejando huella en todo su recorrido, mostrando a su paso cada kilómetro de nuestra geografía.





VENTAS
\$2.923 Millones





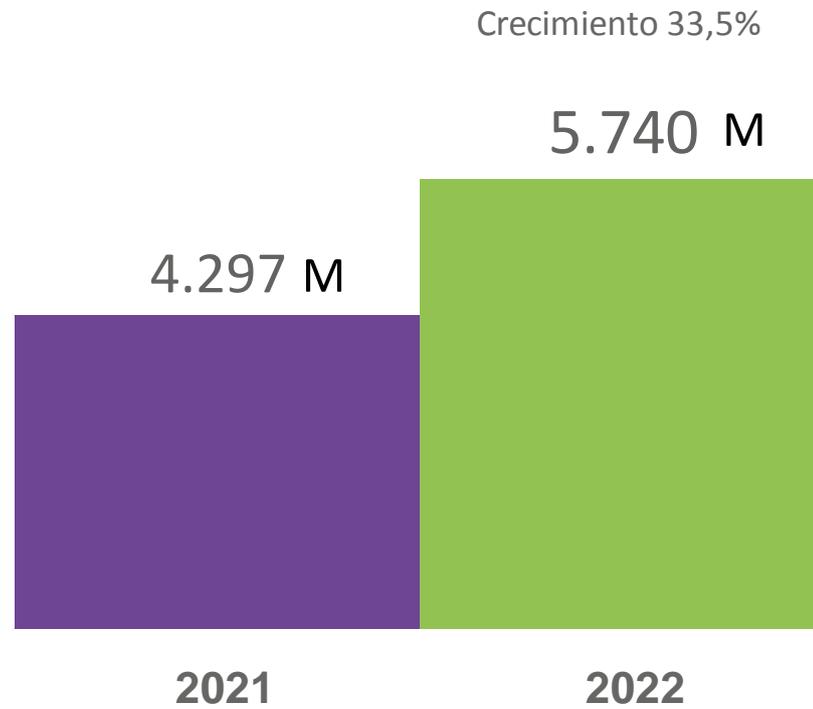
La Rueda de negocios es un segmento muy importante para la Cadena dirigido a pymes, logrando ventas de 5.740 millones con un crecimiento del 33.5% con referencia al año 2021.



INFORME

2022

FACTURACIÓN RUEDA DE NEGOCIOS 2021-2022





En el año 2022 se realizó el modelo de integración estratégica de medios: Canal RCN, Win Sport, La República y RCN Radio, evolucionando de la televisión al video, de la radio al audio y generando contenido transversal, determinando ecosistemas para cada una de las marcas.

Modelo de integración estratégica de medios

Únete al grupo //





Ecosistemas

video



contenido



audio



Data | Conocimiento | Alcance | Optimización



TOTAL COMUNIDAD
SIN DUPLICIDAD PERSONAS

37.210.708



TOTAL COMUNIDAD
SIN DUPLICIDAD PERSONAS

33.439.144



TOTAL COMUNIDAD
SIN DUPLICIDAD PERSONAS

9.777.341



TOTAL COMUNIDAD
SIN DUPLICIDAD PERSONAS

7.987.691

TOTAL COMUNIDAD
RCN RADIO + CANAL RCN +
LA REPÚBLICA + WIN SPORTS

46.701.952
PERSONAS

Llegamos al **90.0%**
de la población
Nacional.

FUENTE: ALCANCES MARGINALES TGI 2022

Pob Dane 2022 52.007.957

En la integración de los diferentes medios de la Organización Ardilla Lülle audio, video y contenido, encontramos ecosistemas con su potencial de audiencias alcanzadas por el Canal RCN de 37.210.708 personas, RCN Radio de 33.439.144 personas, WIN Sport llega a 9.777.341 perso-

nas y La República a 7.987.691 personas. Si unimos nuestros medios, el total de la comunidad alcanzada por estos cuatro medios, últimos 30 días, es de 46.701.952 personas, llegando al 90% de la población nacional.



La Tienda Ganadora es un proyecto de comunicaciones y mercadeo que cuenta con un programa radial dirigido a tenderos y comerciantes con una permanencia de 29 años en el sistema nacional de emisoras populares. Sin embargo, su fuerte radica en la realización de activaciones de marca. Como caravanas de la mano con grandes multinacionales, haciendo la perfecta combinación entre radio y BTL. Así mismo, está presente en eventos tales como el Día del Tendero Ganador. Igualmente, desarrolla campañas de

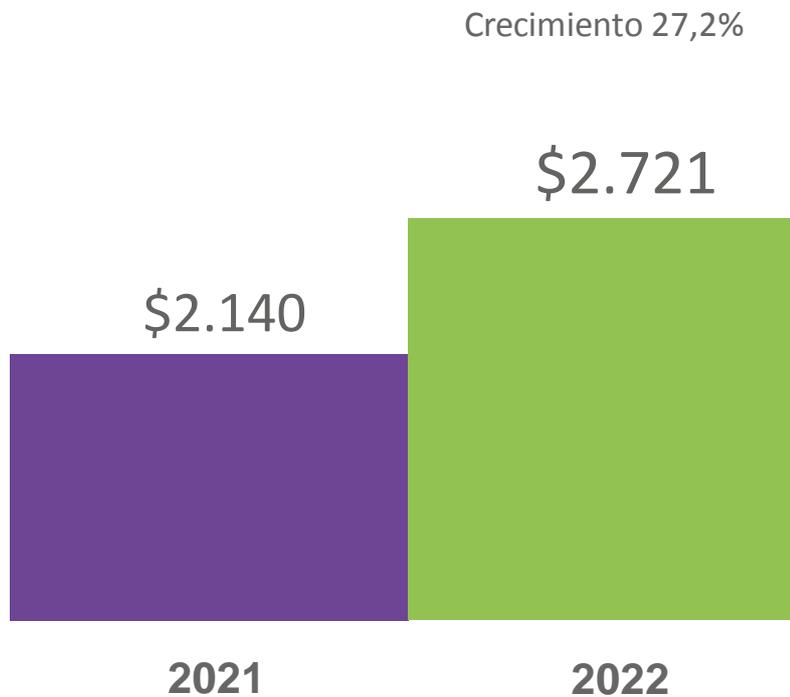
mercadeo social que fomentan las unidades productivas y otros aportes a la comunidad. También, cuenta con una participación digital que permite la generación de contenidos en los portales informativos de la Cadena y una App que consiste en la creación de una comunidad de tenderos con más de 2.500 descargas. Adicionalmente, tiene la capacidad de apoyar campañas en diferentes emisoras de RCN, tanto en radio hablada como musical a nivel país.



INFORME

2022

TIENDA GANADORA FACTURACIÓN 2021-2022





6

CONTENIDOS
RELEVANTES



RCNRADIO







RCN RADIO





CONTENIDOS RELEVANTES

Nuestro mayor impacto como empresa radica en la influencia que ejercen nuestros contenidos en la sociedad. Por esa razón trabajamos cada día para dejar una huella positiva en las mentes y en el espíritu de todos nuestros oyentes y usuarios.



VALORES DE CONTENIDO

NOTICIAS	Transparencia	<ul style="list-style-type: none"> • Buscamos diferenciar los contenidos editoriales de los comerciales.
	Respeto	<ul style="list-style-type: none"> • Hacemos uso de un lenguaje respetuoso en el cubrimiento de las noticias.
	Pluralidad y equilibrio	<ul style="list-style-type: none"> • Buscamos respetar y reflejar la pluralidad de pensamiento y expresión en la información y las opiniones que difundimos.
	Independencia editorial	<ul style="list-style-type: none"> • Buscamos la independencia editorial de intereses políticos, económicos o comerciales.
	Relevancia	<ul style="list-style-type: none"> • Buscamos ofrecerles a nuestros oyentes noticias e información importante, interesante, entretenida, útil y actual.
	Calidad y rigor	<p>Nuestra prioridad es producir información de la mayor calidad y en el momento oportuno. En ese sentido buscamos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser los mejores y los primeros en difundir las noticias y la información. • Tener información de calidad que surge de fuentes confiables y variadas. • Manejar la información, teniendo como prioridad el interés del oyente y la independencia frente a las fuentes. • Tener al aire solo información previamente confirmada en fuente confiable. • Investigar y desarrollar nuestros contenidos para darle al oyente valor agregado frente a la información del día a día.
	Presencia regional	<ul style="list-style-type: none"> • Buscamos tener una fuerte presencia regional, cubriendo las noticias y los acontecimientos de todas las zonas del país.
	Calidad humana	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercemos nuestra labor periodística mediante el trabajo en equipo y en un clima de respeto y apoyo mutuo.
	Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • No hacemos apología al delito.
	Servicio a la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando tenemos la oportunidad apoyamos y cubrimos iniciativas públicas y privadas en beneficio de la población.
Protección de los derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Hacemos énfasis en la protección de los derechos de los niños y adolescentes, así como de las minorías y la población vulnerable. Aplicamos la regulación existente sobre protección de la audiencia. 	



ENTRETENIMIENTO	Compañía	<ul style="list-style-type: none">• Buscamos acompañar a nuestros oyentes en todo momento con contenidos entretenidos, sintonizados con sus gustos, intereses y emociones.
	Participación	<ul style="list-style-type: none">• Escuchamos a nuestros oyentes y les ofrecemos canales de expresión.
	Pluralidad	<ul style="list-style-type: none">• Respetamos la diversidad de pensamiento.
	Talento	<ul style="list-style-type: none">• Resaltamos el talento nacional en los campos artístico y deportivo.
	Servicio a la comunidad	<ul style="list-style-type: none">• Cuando tenemos la oportunidad apoyamos y cubrimos iniciativas públicas y privadas en beneficio de la población.
	Protección a la audiencia	<ul style="list-style-type: none">• Hacemos énfasis en la protección de los derechos de los niños y adolescentes. Emitimos notificaciones cuando los contenidos no son aptos para menores.
	Inmediatez	<ul style="list-style-type: none">• Buscamos ser los primeros con la información, la música y los deportes.
	Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none">• Cuando lo consideramos necesario buscamos asesoría especializada para capacitar a nuestro personal en el manejo de contenidos sensibles.
	Credibilidad	<ul style="list-style-type: none">• La confianza de los oyentes es nuestro mayor activo. Por eso protegemos la credibilidad de nuestros contenidos diferenciando cuando obedecen a relaciones comerciales.
	Privacidad	<ul style="list-style-type: none">• Respetamos la intimidad, privacidad e integridad de las personas que hacen parte de nuestros contenidos especialmente en situaciones de luto, dolor o enfermedad.

INTRODUCCIÓN

El presente informe consolida las actividades más importantes desarrolladas por los diferentes procesos que conforman la Vicepresidencia de Operaciones de la Cadena efectuadas a lo largo del 2022, que desarrollaron en su conjunto el Direccionamiento Estratégico buscando conectarnos con las personas para ser parte de sus vidas a través de contenidos relevantes y contribuir a agregar valor a nuestros oyentes, usuarios y anunciantes.

1. PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN

1.1 Elecciones

El 2022 fue un año que estuvo enmarcado por una intensa coyuntura electoral, inicialmente el 13 de marzo se efectuaron las elecciones al Senado y Cámara de Representantes, posteriormente el 29 de mayo se realizó la primera vuelta de las elecciones presidenciales y el 19 de junio se llevaron a cabo los comicios en los que se eligió al presidente de la república.

En cada una de las jornadas nuestros oyentes escucharon los pormenores de las votaciones, con reportes desde los diferentes puntos de Bogotá y las regiones, efectuados por el equipo de periodistas quienes informaron con objetividad e inmediatez en cada una de ellas.

Cada uno de los candidatos para Senado, Cámara de Representantes y Presidencia de la República tuvo la oportunidad de contar sus propuestas a nuestros oyentes a través de los diferentes espacios de la Cadena.





CANDIDATOS PRESIDENCIALES





1.2 Investigaciones

Para el 2022 el departamento de investigaciones implementó una serie de averiguaciones enfocadas en el entendimiento de los gustos y preferencias musicales. Estas investigaciones se vienen llevando a cabo por más de 15 años lo que ha permitido diseñar estrategias de programación musical para las diferentes marcas de la Cadena. Sin embargo, los costos y las logísticas han impedido que se hagan con regularidad, incluso se ha dejado de realizar en algunas ciudades.

Siendo una premisa entender y conocer las preferencias y gustos musicales a nivel nacional y por ciudad para el desarrollo óptimo de estrategias musicales que hacen parte fundamental de los planes de marketing, se han reactivado estas investigaciones utilizando otras plataformas de levantamiento de la información, como son los paneles digitales ofrecidos por empresas externas multinacionales que cuentan con bases de datos de personas trazables, es decir segmentados por sexo, edad, nivel socioeconómico y ciudad, a los cuales se les instala una aplicación diseñada para contestar encuestas.

Esta nueva herramienta digital ha permitido aplicar estas investigaciones a un menor costo y tiempo, obteniendo información confiable que permite a los directores tener un mapa o guía de preferencias musicales para la programación de sus emisoras.

PRINCIPALES VENTAJAS	Una reducción en costos del 70%.
	Menor tiempo en el levantamiento de la información.
	Entrega de resultados en menor tiempo – base lista para su procesamiento y análisis.
	Mayor dispersión de la muestra, ya que no se concentra en puntos de alta afluencia.
	Se obtienen los mismos resultados que las investigaciones tradicionales.
	Hay trazabilidad por parte de RCN – seguimiento del avance de la investigación.
	Se puede aplicar cualquier tipo de investigación.

Para el 2023 se espera continuar realizando, de manera continua, este tipo de investigaciones y de igual manera aplicarlas a nuevas investigaciones como percepción e imagen de marca, hábitos de consumo, etc., que ayudan al conocimiento y entendimiento de la audiencia, aspecto relevante para el desarrollo de contenidos, lineamiento fundamental en las políticas de la Compañía.



1.3 Audiencia ECAR 2022

Para el 2022 la Cadena **RCN** alcanzó **5.907.733** oyentes de lunes a domingo, creciendo **359.046** oyentes y obteniendo el **22.3%** de participación del mercado.

Dentro del **top 10** a nivel nacional la Cadena **RCN** cuenta con **3 marcas**, La Mega (4^{a.}) con **1.552.623** oyentes, Radio Uno (5^{a.}) con **1.401.941** oyentes y La FM (10^{a.}) con **911.723** oyentes.

Radio Uno es el **segundo sistema** con **mayor audiencia** de la **Cadena RCN** a nivel nacional, ocupando **primer lugar** en **Tunja** y 2^a posición en las ciudades de Cúcuta, Pasto y Popayán.

La Mega es la emisora de **mayor crecimiento** a nivel nacional obteniendo un **16%** más que lo registrado en el 2021.

La FM Bucaramanga es la **3^a emisora** más escuchada y es la **1^a emisora** hablada de la plaza.

La Mega Ibagué es la **2^a emisora** de la plaza con **72.600** oyentes.

En Bogotá la Cadena cuenta con dos marcas entre las 10 primeras, **La Mega** (5^a) con **625.200** oyentes y **El Sol** (10^a) con **453.175** oyentes.

La FM a nivel nacional registra un **crecimiento del 23%** con respecto al mismo periodo del año anterior ocupando la 10^a posición del ranking nacional, siendo el segundo sistema de mayor crecimiento de la Cadena después de La Mega.

La FM Medellín se ubica en el **top 5** siendo una de las emisoras de mayor crecimiento de la plaza en el último año, alcanzando para la última ola **230.961** oyentes.

Radio Uno Tunja ocupa el **1er.** lugar con **112.994** oyentes, un crecimiento del **25%** en el último año y aventajando a su inmediato competidor W Radio por más de **70** mil oyentes.

1.4 Música y Entretenimiento

Durante el 2022, las emisoras musicales en cabeza de cada uno de sus directores y equipos de trabajo centraron sus esfuerzos en la creación de múltiples iniciativas con el propósito de generar experiencias en los oyentes y crear en ellos pertenencia por las marcas, lo que ha llevado al fortalecimiento y mejora del posicionamiento de cada una de ellas.

Los eventos, actividades y contenidos de calidad, constituyen un importante motor para el cumplimiento de los objetivos propuestos, es por eso por lo que a lo largo del año se realizaron importantes eventos, entre ellos, El Megaland Music Fest, que se efectuó en una nueva versión después de 4 años de su última edición, congregando en un solo escenario a más de 40.000 mil personas, una cita con la música de artistas nacionales e internacionales de diferentes géneros musicales.

En el ámbito popular, los eventos estuvieron enmarcados en los conciertos: Sírvalo Pues, Viva el Amor y Festival de Amor y Amistad con la presentación de grandes artistas de la música popular y del valle-nato.

El 30 de julio el Estadio El Campín albergó uno de los mejores conciertos de salsa en la historia, Viva La Salsa, 5 años El Sol Bogotá, que contó con un aforo de 45.000 personas que disfrutaron de la presentación de artistas como Oscar D´ León, Víctor Manuelle, Jerry Rivera, Rey Ruiz, La India, Grupo Niche, Guayacán Orquesta, entre muchos más.

Destacamos diversos eventos a través de las siguientes imágenes:

LA MEGA



**PREMIOS
NUESTRA TIERRA**



**CONCIERTO
LAGOON
FEST PISCILAGO**

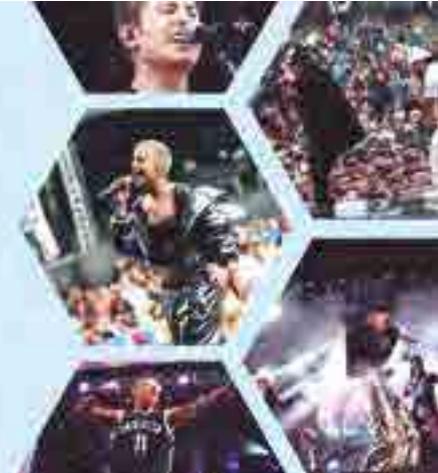




MEGALAND



La transmisión del evento
vía internet impactó a
aprox. 2.560.000 personas



RADIO UNO



Concierto
Radio Uno 88.9
y Sívalo pues



Homenaje al
Rey del Despecho
Darío Gómez
Julio 30





RCNRADIO



Noche De Madres

14 de mayo 2022



Festival de Amor y Amistad en Soacha

Septiembre 17



CONCIERTO VIVA EL AMOR Y LA AMISTAD

Septiembre 10





EL SOL



5 AÑOS EL SOL BOGOTÁ
ESTADIO EL CAMPÍN / 30 DE JUNIO
45 MIL ASISTENTES



**COBERTURA DEL EVENTO - ENTREVISTAS CON LOS ARTISTAS EN VIVO
CUBRIMIENTO PARA REDES SOCIALES EN TIEMPO REAL**

FERIA DE CALI



Al finalizar el año se desarrolló uno de los más importantes eventos culturales del país, la Feria de Cali; durante estas fiestas se realizaron actividades como las tradicionales corridas de toros, cabalgatas, desfiles de carrozas, presentaciones musicales y conciertos que en su mayoría fueron cubiertos por nuestras emisoras a nivel local; la temporada taurina es cubierta nacionalmente por RCN Radio.



El 2022, un año que trajo consigo una gran actividad deportiva con torneos y competencias que se disputaron en los diferentes escenarios de Colombia y el mundo; el cubrimiento de cada uno de los eventos reunió a los mejores talentos deportivos de la Cadena, que con su experiencia transmitieron e hicieron vivir la emoción de cada una de las disciplinas deportivas. Se viene trabajando en el fortalecimiento y consolidación de la Cadena deportiva ampliando cada vez más nuestra oferta con transmisiones internacionales y nacionales.

En la agenda deportiva estuvo la Champions League, la Liga Española, la Premier League, Copa América, Supercopa, el fútbol nacional con la BetPlay en sus diferentes categorías, el ciclismo con el Tour de

Francia, Giro de Italia, Vuelta a Suiza, Clásico RCN; eventos de gran envergadura como fueron los Juegos Bolivarianos, Juegos Suramericanos juveniles, Mundiales de Natación, Panamericanos de Pesas, Copa Davis, Copa Colsánitas y muchos más eventos que tuvieron cubrimiento y ocuparon gran parte de nuestras franjas deportivas.

Uno de los logros más importantes que tuvo el proceso de deportes fue sin duda las transmisiones realizadas durante el Mundial Qatar 2022, en donde el aporte de las directivas de la Cadena, el proceso comercial y el compromiso de nuestro talento deportivo y técnico fue fundamental para la realización de unas transmisiones impecables; a continuación, un desglose del desarrollo del evento:



- Dos transmisiones RCN Radio y Antena 2.
- 64 partidos por cada una para un total de 128 transmisiones.
- Única Cadena en transmitir todos los partidos.
- Cuatro enviados especiales: Nicolás Samper, Guillermo Arango, Enrique Barona, Henry Jiménez.
- Los enviados además de comentar partidos, prestaron servicios de reportería para La FM, RCN Radio, Antena 2 y Las Cariñosas que lo solicitaron.
- Colaboraciones especiales de personajes de fútbol como Faustino Asprilla, Víctor Aristizábal y Juan José Peláez.
- Participaron el relator Javier Fernández y Carlos Antonio Vélez en algunos de los partidos.
- El personal deportivo de la Cadena participó al ciento por ciento de sus capacidades (6 relatores, 16 comentaristas, un coordinador).
- Apoyo en cada uno de los partidos de un ingeniero, dos controles de consola, un chequeador de pauta y un productor de audio.
- Servicio de apoyo al proceso digital con video “columnas diarias de Antonio Casale, Faustino Asprilla, Víctor Aristizábal, Nicolás Samper, Guillermo Arango”.
- Emisión diaria del programa “En La Jugada Mundialista” con la participación de todos los corresponsales y Andrea Guerrero, a través de RCN Radio.
- Emisión diaria del programa Qatar desde el área con la participación especial de Paché Andrade en la conducción.
- Emisión diaria de un programa resumen del mundial en Antena 2, una vez terminaba la jornada.
- Emisión diaria del programa Planeta Fútbol producido desde Qatar con Carlos Antonio Vélez, Guillermo Arango y Henry Jiménez, cuando la programación lo permitió.
- En total se produjeron 600 horas de contenidos de radio en vivo.
- Apoyo de producción para la consecución de personajes para el programa Voces RCN.
- Emisión de todos los goles del mundial a través de nuestros sistemas musicales.
- Transmisiones de los partidos definitivos en las regionales Caribe y Antioquia.
- Potenciamos talento joven de la Cadena en partidos estelares, entre ellos, Sebastián Heredia, Matías Galasso, Rafael Guerra y Yony Gutiérrez.

Torneos	Competencias	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Número de transmisiones	Emisora
FÚTBOL	Liga BetPlay													534	Antena 2/RCN
	Final Superliga BetPlay													2	Antena 2
	Torneo BetPlay													26	Antena 2
	Copa BetPlay													16	Antena 2
	Liga Femenina BetPlay													20	Antena 2/RCN
	Amistoso de Colombia													2	Antena 2/RCN
	Eliminatorias Qatar													4	Antena 2/RCN
	Copa Libertadores													16	Antena 2/RCN
	Copa Libertadores Femenina													3	Antena 2
	Especiales Champions													28	Antena 2
	Copa Suramericana													16	Antena 2/RCN
	Liga Española													1	Antena 2
	Premier League													5	Antena 2
	Fina FA CUP													2	Antena 2/RCN
	Copa América Femenina													25	Antena 2/RCN
	Final Supercopa Europea													1	Antena 2
	Mundial Sub 20 Femenina													3	Antena 2/RCN
	Copa Mundial Femenina Sub 17													3	Antena 2/RCN
Mundial de Fútbol Qatar 2022													128	Antena 2/RCN	
CICLISMO	Nacionales de ciclismo Ruta Pereira													4	Antena 2
	Vuelta al Tolima													5	Antena 2
	Vuelta al Valle													5	Antena 2
	Giro de Italia													23	Antena 2
	Vuelta al Sur													3	Antena 2
	Vuelta a Colombia													10	Antena 2
	Vuelta a Suiza													5	Antena 2
	Tour de Francia													21	Antena 2
	Copa de las naciones de ciclismo en pista													8	Antena 2
	Vuelta a España													21	Antena 2
	Clásica de Viboral													4	Antena 2
	Vuelta a Anapoima													3	Antena 2
	Vuelta a Antioquia													5	Antena 2
	Clásico RCN													10	Antena 2
	Juegos Suramericanos Juveniles Rosario, Argentina													10	Antena 2
	Copa Colsánitas													6	Antena 2
	Juegos Bolivarianos													15	Antena 2
	Juegos Mundiales en Birmingham EE.UU.													4	Antena 2
	Mundial de Natación													5	Antena 2
	Panamericano de Pesas													6	Antena 2
	Mundial de Atletismo													6	Antena 2
	Copa Davis													2	Antena 2
	Juegos Suramericanos													30	Antena 2
	Media Maratón de Bogotá													1	Antena 2
TOTAL TRANSMISIONES														1.047	

1.6 RCN Mundo de Gira por Colombia

RCN Mundo de Gira Por Colombia

-  Festival Vallenato Reyes de Reyes Valledupar, abril 25 y 26
-  Feria Ganadera, Montería junio 22 al 24
-  Festival del joropo, Villavicencio agosto 11 al 13
-  Universidad Cooperativa, Santa Marta agosto 25 a septiembre 1
-  Cámara de Comercio, Cúcuta septiembre 23 al 27



Algunos programas de la Cadena Básica como La Tertulia y Al Fin de Semana, tuvieron gran exposición de talento y contenido en eventos comercializados en Bogotá, Ibagué y Girardot.

FESTIVAL FOLCLÓRICO



EXPOCUNDINAMARCA DESDE GIRARDOT AL FIN DE SEMANA



DÍA INTERNACIONAL DE DESAPARICIONES FORZADAS EN FLORENCIA - NOCHE DE LA



ROOM CAR DESDE LA FERIA DEL LIBRO CON AL FIN DE SEMANA





2. CONTENIDOS DIGITALES

Audiencia diciembre 2022

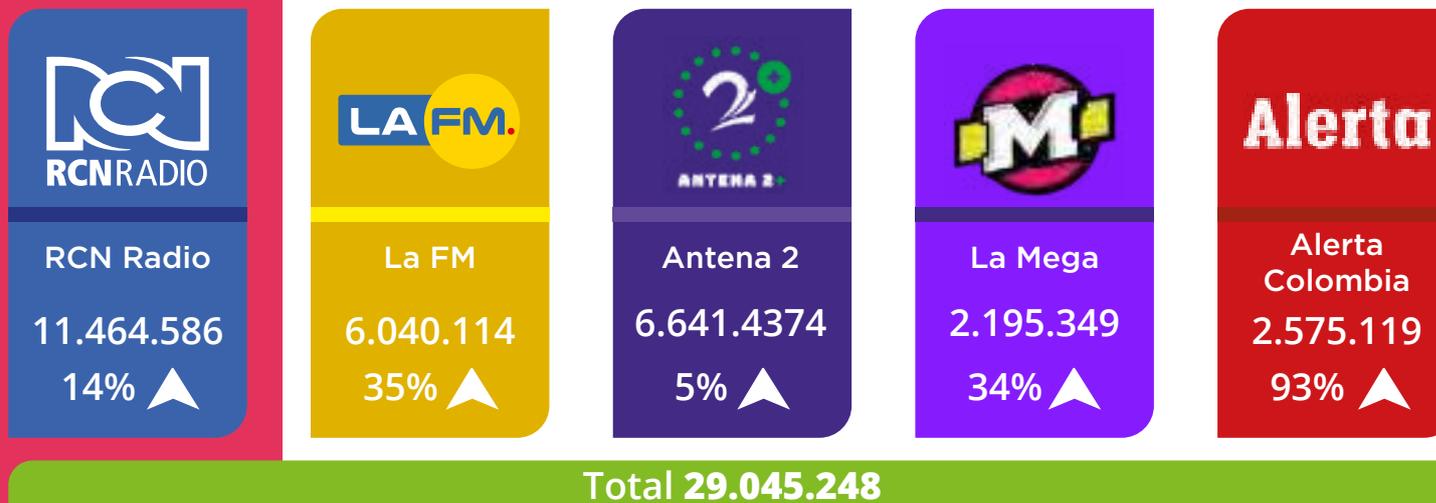


Páginas Web

El tráfico acumulado de todas nuestras páginas comenzó en 2022 con 22.618.299 usuarios, 47.329.376 sesiones y 60.862.375 páginas vistas según Google Analytics. Para diciembre de 2022 registramos: 29.045.248 usuarios, 47.992.207 sesiones y 57.273.744 páginas vistas. En usuarios únicos crecimos durante 2022 23% según Google Analytics.



Audiencia de sitios web



En cuanto a las cifras, Alerta Colombia comenzó 2022 con 1.801.673 usuarios, 3.194.681 sesiones y 4.561.089 páginas vistas; para diciembre de 2022 logramos obtener 2.575.119 usuarios, 3.351.640 sesiones y 4.661.602 páginas vistas. En Usuarios crecimos un 31% según Google Analytics.

• Video

El video digital o los productos de video que se distribuyen a través de plataformas como TikTok, YouTube, Kway y Facebook llegó a un promedio de reproducciones por mes de 36,5 millones, con un incremento del 12,5% respecto al año anterior.

• Redes sociales

El crecimiento en la distribución de video, sumado a una estrategia en redes sociales para distribución de audio y texto, nos permitió tener un alcance global de nuestras marcas de 114,8 millones de usuarios impactados por mes; principalmente en las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram, que son el foco de la estrategia digital. El crecimiento de este indicador frente a 2021 fue de 27,9% al mes.



• Audio en Streaming

La escucha de las emisoras de RCN Radio a través de plataformas digitales se ha convertido en uno de los segmentos de más crecimiento de nuestras audiencias. Al cierre de 2022 se llegó a un promedio de 13,6 millones de reproducciones de audio en streaming en las diferentes plataformas, tanto propias, como páginas web, aplicaciones, altavoces inteligentes, etc. Este audio tuvo un crecimiento del 36,9% frente al año anterior.

• Audio en Demanda

Además del audio en vivo, nuestras audiencias escuchan producciones de audio en demanda, no solamente a través de los tradicionales Podcast, sino a través de reproducciones de segmentos radiales y productos propios del entorno digital a través de redes sociales y servicios como Google Assistant y Alexa. Este uso sumó en promedio 5.297.000 reproducciones al mes, con un crecimiento de 281% frente a 2021; lo anterior como resultado de una estrategia de difusión de nuestros productos de audio para consumo por demanda.

• Aplicaciones

Nuestras aplicaciones alcanzaron un total de 100.200 usuarios activos por mes; luego del lanzamiento de RCN Mundo la aplicación que reúne las dos experiencias anteriores: escucha de audio en vivo de todas nuestras emisoras y posibilidad de escuchar todos los podcast que produce la Cadena, todo bajo una experiencia personalizada y distinta para cada usuario.



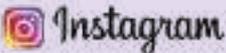
RCN Mundo se encuentra disponible para descarga en las principales tiendas de aplicaciones (Play Store y App Store); esta aplicación agrupa 150 señales de streaming y casi 95 podcasts, en una experiencia de uso unificada para los usuarios. Al finalizar el 2022 se contaba con más de 16.000 usuarios registrados.

2.1 Audio

Uno de los retos en 2022 en el audio digital radicó en ampliar los mecanismos de distribución de audio, tanto en vivo como en demanda. Nuestro fuerte como empresa es y será el sonido, de allí que la estrategia apuntó en dos sentidos:

1. Identificar qué es lo más atractivo para el mundo digital de nuestro audio en vivo que se emite a través de nuestras emisoras de radio.
2. Generar contenido en audio nativo en lo digital para ser consumido en demanda.

De esta manera, monitoreamos constantemente el contenido que se emite en nuestros programas diariamente a través de nuestras frecuencias con el objetivo de capturar los fragmentos más valiosos para nuestra audiencia digital. En ejemplos prácticos, tenemos las editoriales “Palabras Mayores” de Carlos Antonio Vélez en Antena 2 y “Los secretos de Darcy” en La FM, ambos fragmentos de los programas “Planeta Fútbol” y “El Noticiero de La FM” que tuvieron impactos positivos de consumo en podcast y en videos, con solo audio, publicados en YouTube, Facebook e Instagram.

REPRODUCCIONES DE PODCAST EN REDES SOCIALES		
		Total
Principales podcast reproducidos en redes sociales (Diciembre)		
	Palabras Mayores	903.883
	Los secretos de Darcy	364.051
	Noticiero Alerta Bogotá	21.111
	Editorial Antonio Casale	124.638

En cuanto a la segunda parte de la estrategia, apostamos por crear contenido propio y nativo de los medios digitales. Por un lado, creamos y desarrollamos contenidos en podcast con nombres importantes de la Cadena y con temas que apuntan a nichos muy detallados de audiencias. Bajo esa premisa creamos en este 2022 contenidos como:

- **Backstage (Andrea Silva de La Mega):** Un podcast de entrevistas a quienes hacen posible la industria musical y que ha tenido una muy importante acogida que nos ha llevado a posicionarnos en los contenidos más constantes y destacados semanalmente por Spotify.
- **A las carreras (Jorge Balaguera de RCN Radio):** Un espacio semanal dedicado a la comunidad de corredores de Colombia al cual le hemos dado un nuevo respiro potenciado su número de capítulos y sus temas de intereses para un diverso público que gusta del deporte y el estilo de vida.
- **Cocheviejo (Nicolás Samper de La FM):** Un podcast dedicado a los automóviles donde las historias cómicas están a la orden semanal.
- **Ecopodcast (Yolanda Ruiz):** Contenido semanal dedicado a informar sobre la crisis climática y las iniciativas que existen para proteger al planeta.



2.2 Sitios web

Una de las funciones principales del área de desarrollo es la construcción de nuevas soluciones; así mismo como el soporte y mantenimiento a los 15 sitios web actuales.

3. TÉCNICA

El 2022 fue un año que tendió a la normalización completa de nuestro funcionamiento y a la actividad presencial.

Contribuimos a buscar las mejores alternativas para mantener bajos los costos en cada una de nuestras actividades técnicas, con el compromiso primordial de que la operación no se vea afectada, de manera que las dificultades de ingresos que pudieron surgir en estos años difíciles de pandemia se puedan ir recuperando en la medida de lo posible con el apoyo que sea posible dar desde el área técnica.

1. Trabajos en transmisores

En nuestra red de transmisores durante el año 2022 se ejecutaron 247 mantenimientos preventivos, distribuidos de la siguiente manera:

REGIONAL	EJECUCIÓN
Antioquia	26
Barranquilla	22
Bogotá	44
Cartagena	8
Cúcuta	12
Eje Cafetero	28
Montería	12
Suroccidente	43
Tolima	18

Durante el 2022 logramos tener una disponibilidad en los sitios del 99.95% y paralelo a esto optimizar y documentar los flujos de trabajo del equipo de desarrollo.

Además de estos, se hicieron todos los correctivos necesarios para mantener en funcionamiento nuestros equipos de transmisión AM, FM y equipos de soporte de radio.

2. Trabajos en estudios

Durante 2022 se retornó completamente al trabajo presencial del personal de producción en los estudios. Se procedió en las regionales con los mantenimientos preventivos, alcanzando 157 en el país de la siguiente forma:

REGIONAL	EJECUCIÓN
Antioquia	17
Barranquilla	11
Bogotá	38
Boyacá	8
Cartagena	4
Cúcuta	8
Eje Cafetero	14
Montería	7
Santander	11
Suroccidente	30
Tolima	9

3. Plantas eléctricas:

En 2022, además de los mantenimientos correctivos o reparaciones que fueron necesarias para la operación de las plantas eléctricas, se realizaron 79 mantenimientos preventivos, bien porque las plantas cumplían número de horas trabajadas o porque cumplían 24 meses con el mismo aceite.

4. Proyecto de iluminación de torres:

Este proyecto tiene como propósito actualizar la tecnología utilizada en la iluminación de las torres que tiene la Compañía para su operación, para ser consecuentes con la política de sostenibilidad, disminuir el consumo de energía eléctrica y a la vez generar ahorros provenientes de los costos de la energía que se dejan de consumir.

Actualmente, RCN Radio usa para la operación de sus emisoras una cantidad importante de torres de transmisión; estas torres deben cumplir con una normatividad que exige que tengan una iluminación de balizas en la parte superior para advertir su presencia y que otras actividades puedan percatarse de su ubicación, como la aeronavegación, por ejemplo.

Los sistemas de iluminación con los que están dotadas de origen estas estructuras utilizan bombillas del tipo filamento incandescente, que fue el estándar durante muchos años, el cual por su naturaleza tiene un consumo mucho mayor de energía que los de otras tecnologías hoy disponibles.

En el año 2019, a raíz de unas fallas de los sistemas de tierra en los transmisores Yolombó en Medellín, las luces de la torre empezaron a dañarse insistentemente y no se encontraba solución al tema, por lo cual la dirección técnica de Medellín propuso como alternativa una iluminación led importada de España. Esta tecnología no solucionó el asunto, pero como resultado de la búsqueda,

los ingenieros de Medellín en cabeza del Ing. Oscar Hernández, modificaron y adecuaron el diseño español para sustituir lo que se dañaba y lograron fabricar un bombillo LED de bajo consumo que resultó ser la solución final y sigue funcionando hoy en día después de más de dos años de instalado. A finales de 2021 se refinó el diseño y en 2022 se presentó como proyecto para proceder con el reemplazo de toda la iluminación que utilizan las torres.

La fabricación de los bombillos se hizo entre los departamentos técnicos de Medellín y Bogotá y se pudo comenzar la instalación en el segundo semestre de 2022.



La ilustración anterior da una idea del proceso de fabricación, el cual se hace en el departamento técnico de RCN Radio desde cero.



La siguiente tabla muestra el alcance y el avance de este proyecto a diciembre de 2022:

TORRES			
Antenas de AM propias	36		
Antenas de AM arrendadas	6		
TOTAL DE ANTENAS DE AM		42	
Torres de FM propias	45		
Torres de FM arrendadas	4		
TOTAL TORRES DE FM		49	
TOTAL TORRES DE AM Y FM			91

BOMBILLAS			
Bombillas para AM	198		
Bombillas para FM	105		
TOTAL BOMBILLAS		303	
Bombillas LED instaladas			260
Bombillas por instalar			43

A corte de diciembre de 2022 no falta sino la regional de la Costa Atlántica por instalar; esos bombillos ya están en proceso de fabricación, se espera terminar el proyecto en un plazo máximo de 3 meses.

Aunque resulta difícil discriminar los consumos de la torre en cada estación, se puede asegurar que se pasa de consumos de 100 vatios a 4 vatios por bombillo o sea 96 vatios menos por bombillo, que por 303 bombillas nos da en total un ahorro en el consumo de 29.000 vatios.





4. PLANEACIÓN Y PROYECTOS

Emisoras afiliadas

En la actualidad la Cadena cuenta con veintiséis (26) emisoras afiliadas, doce (12) en AM y catorce (14) en FM.

RADIO CADENA NACIONAL S.A.S. Emisoras Afiliadas 2022				
	CIUDAD	EMISORA	DIAL	BANDA
1	Aguachica - Cesar	Buturama Estéreo	101.7	FM
2	Buga - Valle del Cauca	Voces de Occidente Ltda.	860	AM
3	Cartago	Radio Robledo 840	840	AM
4	Florencia	Armonías del Caquetá	970	AM
5	Garzón - Huila	La Reina 93.6 F.M.	96.3	FM
6	Ipiales	Radio Las Lajas	1160	AM
7	Ipiales	Rumba Estéreo 104.7 FM	104.7	FM
8	La Dorada - 120 Caldas	La Voz de La Dorada	1380	AM
9	La Plata - Huila	Global Estéreo	98.6	FM
10	Leticia - Amazonas	Onda del Amazonas	1260	AM
11	Mocoa	La Reina 106.3	106.3	FM
12	Orito - Putumayo	KE. Buena 100.3 FM	100.3	FM
13	Pacho	Dulce Estéreo	106.3	FM
14	Palmira	Armonías del Palmar	1380	AM
15	Puerto López	Marandúa Estéreo	101.3	FM
16	Samacá	Ondas del Porvenir	910	AM
17	San Francisco - Putumayo	Diamante Estéreo	90.3	FM
18	San José del Guaviare	Marandúa Estéreo	100.7	FM
19	San Juan del Cesar - La Guajira	La Voz de la Provincia de Padilla	1.530	AM
20	Tibú - Norte de Santander	Ecos del Catatumbo	99.7	FM
21	Timaná	La Fiera FM Radio 92.3	92.3	FM
22	Tunja	La Jefa 1300 AM	1300	AM
23	Villavicencio	Radio Uno	98.3	FM
24	Villeta	Jazmar 101.3 FM Estéreo	101.3	FM
25	Yopal	La Voz de Yopal	750	AM
26	Zapatoca - Santander	Radio Lenguerke	1420	AM

5. INFORMÁTICA

Además de apoyar todos los procesos de la Cadena en sus requerimientos y dar soporte y mantenimiento a las plataformas y

aplicaciones actuales, el proceso de informática destaca en el 2022 los siguientes proyectos:

REESTRUCTURACIÓN DEL PROCESO DE TI

Nueva estructura para el proceso de TI, a fin de poder responder de forma adecuada a los retos planteados por el negocio.

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y CIBERSEGURIDAD

Implementación de controles procedimentales, técnicos y documentales basado no solo en CIS sino también en la norma ISO 27002.

INVENTARIO FÍSICO

Inventario físico realizado a nivel nacional con el fin de conocer el estado de los equipos para establecer las políticas de seguridad en los mismos.

OTROS HECHOS DESTACADOS

Implementaciones, actualización de equipos, apoyo y soporte a los diferentes procesos según sus requerimientos.

Ciberseguridad y Seguridad de la Información

Se trabajó durante este año en dos planes fundamentales relacionados con la seguridad de la información:

Ciberseguridad

El plan de trabajo definido por el comité de Ciberseguridad O.A.L. incluye la implementación de controles procedimentales, técnicos y documentales basado no solo en CIS sino también en la norma ISO 27002.

El cumplimiento del plan de trabajo al 31 de diciembre de 2022 en promedio ha sido del 85%.

Seguridad de la Información

RCN Radio al contar con un Sistema Integrado de Gestión que incluye: el Sistema de Gestión de Calidad, el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo y el Sistema de Gestión Ambiental, definió implementar la norma ISO 27001 para integrar la seguridad de la información al Sistema de Gestión, para lo cual ya se cuenta con:



- Matriz de activos de la información de todos los procesos.
- Matriz de riesgos de seguridad de la información.
- Política de seguridad de la información publicada y socializada.
- Procedimiento de clasificación de activos de la información.
- Procedimiento Plan de Capacitación y Sensibilización.
- Procedimiento de Gestión de Vulnerabilidades.
- Procedimiento Gestión de Incidentes de Seguridad de la Información.
- Procedimiento Intercambio de Información.
- Procedimiento de Gestión Cambio.
- Procedimiento Monitoreo y Eventos.
- Aprovisionar y Desaprovisionar Dispositivos.
- Gestión de Accesos.
- Mantenimiento y Reparación de Infraestructura TI.

Además de ajustar los siguientes procedimientos, cumpliendo con seguridad de la información:

- Procedimiento de Mesa de Ayuda.
- Procedimiento de Respaldo y Recuperación de Activos de Información.
- Se dejó aprobado también el manual para desarrollo de software.

6. MOVILIZACIÓN SOCIAL

Durante el 2022 seguimos aprovechando cada oportunidad para contribuir al desarrollo del país a través de nuestras emisoras y activos digitales. Continuamos el apoyo a proyectos culturales de alta calidad y las alianzas con entidades públicas, privadas y de cooperación internacional para aumentar el impacto social de nuestros contenidos.

Algunas de las principales actividades desarrolladas durante el 2022 son las siguientes:

► Educación

CAMPAÑA “CON TODA POR LOS DAMNIFICADOS RCN - CRUZ ROJA COLOMBIANA”

Ante la grave situación que vivió el país por la ola invernal a finales de 2022, desde RCN Radio nos unimos a la campaña que inició Noticias RCN con la Cruz Roja “Con toda por los Damnificados”.

Mediante una amplia convocatoria a nivel nacional, invitamos a los colombianos a donar recursos con el fin de apoyar a los más afectados por este fenómeno. Con la ayuda de los ciudadanos logramos asegurar kits de aseo, alimentos y demás elementos que necesitaban las comunidades.

Desde RCN Televisión y RCN Radio realizamos cubrimiento periodístico de las entregas que hicimos junto con la Cruz Roja en las zonas más afectadas.

Como resultado de este esfuerzo se lograron recaudar \$395 millones y se atendieron más de 14.500 damnificados. En total se entregaron 38.5 toneladas de asistencia humanitaria en 19 jornadas que tuvieron lugar en 11 departamentos del país.





Una Decisión de Vida



UNA DECISIÓN DE VIDA

El portal www.unadecisiondevida.com fue creado en 2007 con el fin de brindar orientación a mujeres en conflicto con su embarazo. El propósito del portal es conectarlas con instituciones expertas que les ofrecen orientación psicosocial, alojamiento, capacitación y herramientas para tomar la mejor decisión para ellas y sus bebés, bien sea que decidan asumir su rol como madres o tomen la decisión de entregar a sus hijos en adopción.

Durante el año 2022 el portal creció significativamente alcanzando **140.655 visitas** en comparación con el año 2021 que recibió **114.092**. Asimismo, en el 2022 **se recibieron más de 1.800 mensajes** en las diferentes líneas de atención como WhatsApp, correo electrónico, Instagram y Facebook. Una Decisión de Vida trabajó de la mano de 11 fundaciones, impactando el proyecto de vida de muchas madres en el país.

La iniciativa Una Decisión de Vida cuenta con grandes comunidades en las diferentes redes sociales que cada día van en aumento; en Instagram tiene 2.336 seguidores y en Facebook tiene 2.487.

A finales de 2022 tuvimos una dificultad con el número de celular asignado al proyecto, lo que condujo a una reducción significativa del tráfico en la página. Sin embargo, una vez resuelto el problema logramos duplicar las visitas **pasando de 2.600 en noviembre a 6.900 en diciembre**. Gracias al plan de choque diseñado se está recuperando la audiencia y el impacto de la iniciativa.

GOLF

XII TORNEO DE GOLF JUAN PABLO GUTIÉRREZ CÁCERES



Desde hace 15 años la Fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres brinda becas a jóvenes de recursos limitados en Colombia, guiados por la convicción de que la educación es el medio más poderoso para transformar la sociedad. En RCN compartimos la visión de la Fundación y apoyamos cada uno de sus eventos de recolección de fondos, mediante la donación de pauta publicitaria y cubrimiento periodístico a nivel nacional.



CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL RECICLAJE

En un trabajo conjunto entre Postobón, Canal RCN, RCN Radio y La República, desarrollamos una campaña nacional de promoción del reciclaje, con el fin de orientar a la ciudadanía sobre la separación y disposición adecuada de los residuos. Entre julio y octubre de 2022 tuvimos al aire comunicación en los tres medios de la O.A.L. con la participación de talentos reconocidos de RCN Radio y el Canal RCN.

Durante el tiempo que duró la campaña se incrementó la recolección de materiales aprovechables en un 20% y un 11% en los materiales de envases y empaques, resultados que se pueden asociar a un mayor compromiso por parte de la ciudadanía con la separación en la fuente.



Postobón





MEGALAND SOSTENIBLE

Este año Megaland asumió el reto de ser un festival responsable con el medio ambiente. Desde RCN invitamos a las marcas participantes y a los asistentes al evento a pensar verde durante el desarrollo del festival, reduciendo al máximo el uso del plástico en las actividades y promoviendo la disposición adecuada de sus residuos. Esta campaña se realizó semanas antes a través de nuestros sistemas radiales, especialmente en La Mega



FUNDACIÓN JULIE

LA FUNDACIÓN JULIE

Es una organización que mejora la calidad de vida de niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad en Cartagena. El principal objetivo de la Fundación consiste en empoderar a niñas y mujeres a través de un programa de crecimiento psicosocial, liderazgo, proyecto de vida, fortalecimiento académico, recreación y deporte, con el fin de cerrar ciclos de pobreza y hacer prevención de embarazo adolescente.

Este año la Fundación implementó el programa “La Julie Creativa”, el cual buscó que niños, niñas y jóvenes de barrios vulnerables de Cartagena, desarrollaran habilidades de liderazgo a través de la creatividad, el arte y la cultura.

RCN Radio, con el fin de dar mayor visibilidad a este proyecto y generar un impacto en las comunidades de Cartagena, apoyó a la Fundación Julie con la difusión y promoción de sus programas.



COPA ATLÉTICO NACIONAL CON LA COMUNIDAD



Esta iniciativa nació en 2012 con el fin de promover el deporte y los valores en los niños y jóvenes de Antioquia. En el 2022 la “Copa Atlético Nacional” cumplió diez años impactando la vida de miles de niños.

Con el apoyo de RCN Radio en la convocatoria y el cubrimiento, participaron **1.060 niños** reunidos en 58 equipos. Durante siete fines de semana participaron en más de **300 encuentros deportivos** y en 150 talleres formativos.

Además, se realizó un lanzamiento a medios a nivel nacional desde la sala de prensa en Guarne, dos experiencias verdolagas y una inauguración con desfile en el estadio Atanasio Girardot. También en esta edición se capacitaron 150 entrenadores, se realizó un conversatorio mundialista y una feria educativa en la que participaron 20 universidades de Colombia con la asistencia de cerca de 2.000 personas.



CLÁSICO RCN SOCIAL 2022

Este año logramos dos alianzas que nos permitieron impactar a las poblaciones por donde pasó la fiesta ciclística:



1. Protagonistas del agro y alimentación saludable - Bancolombia:

Junto con Bancolombia desarrollamos comunicación para visibilizar el rol de los protagonistas del agro que aseguran la alimentación de los colombianos.

Además, difundimos recomendaciones para mejorar los hábitos alimenticios para deportistas y ciclistas aficionados a base de productos del campo colombiano.

Asimismo, interactuamos con los asistentes en cada una de las etapas y tuvimos la oportunidad de preguntarles qué tanto sabían sobre ciertos productos que les dan energía a los deportistas.

2. Cuidado y prevención del cáncer de piel:

Junto con PROBABELL y La Liga Colombiana Contra el Cáncer desarrollamos contenidos y difundimos información con respecto a los efectos de la exposición prolongada al sol, haciendo énfasis en los signos de alerta y tratamiento de los distintos tipos de cáncer de piel.

Para ello, contamos con voces de doctores expertos quienes dieron recomendaciones a las audiencias para proteger la piel. Además, en cada punto de llegada entregamos material pedagógico y elementos como gorras, bloqueadores y mangas para ayudar a los asistentes a proteger su piel.



► Cultura

FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA DE CARTAGENA

Como ya es tradición, la Organización Ardila Lülle continuó apoyando el Festival Internacional de Música de Cartagena que para 2022 tuvo como temática “El color del sonido: música instrumental de cámara del siglo XIX”.

Entre el 4 y el 10 de enero se realizaron 35 conciertos de los cuales 12 fueron gratuitos en 5 escenarios de la ciudad. Asimismo, se desarrollaron 21 clases magistrales que les permitieron a los estudiantes de música de

todo el país aprender de los mejores intérpretes del Festival.

El evento volvió a la presencialidad y contó con la asistencia de más de 6.000 espectadores disfrutando de la oferta musical.

La versión XVI del Cartagena Festival de Música permitió a cartageneros y visitantes disfrutar de una faceta más íntima del género clásico con la presentación de tríos, cuartetos, sextetos y otras combinaciones que recrean

la imaginación de los compositores de pensar música de cámara.

Las capillas del hotel Santa Clara y del Charleston Santa Teresa, el auditorio Getsemaní del Centro de Convenciones, el Teatro Adolfo Mejía y el Palacio de la Proclamación fueron los escenarios de los conciertos de dos orquestas de cámara, seis cuartetos de cuerdas, ocho pianistas, un coro y varios solistas de flauta, oboe, corno y clarinete.



Espectadores: 5.723 personas

Artistas: 114 artistas nacionales y 30 artistas internacionales

Eventos: 35 conciertos de los cuales:

- 12 fueron conciertos gratuitos
- 20 fueron conciertos de cámara





HAY FESTIVAL CARTAGENA

El Hay Festival en Colombia se celebró del 21 al 30 de enero del 2022, en Cartagena, Medellín y Jericó, con una completa agenda de conversaciones sobre literatura, ciencia, periodismo, actualidad y música.

El Festival celebró su regreso a la presencialidad con un formato híbrido. Contó con la asistencia de más de **22.000 personas** y una **audiencia digital de 2.100.000 personas** que participaron desde países como México, Perú, Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Argentina, entre otros.

Este Festival contó con **200 invitados de 22 países y 145 actividades**. Autores como Juan Villoro (México), Irene Vallejo (España), Patrick Radden Keefe (Estados Unidos), Jonathan Franzen (Estados Unidos), Daniel Kehlmann (Alemania), Ruvén Afanador (Colombia), Velia Vidal (Colombia), entre muchos otros, hicieron de este regreso a la presencialidad un espacio de encuentro para dialogar sobre las más diversas temáticas de la coyuntura mundial.

En la cuarta edición del Hay Festival Jericó se realizaron 15 eventos que durante tres días generaron conversaciones alrededor de temas relevantes y coyunturales. Más de 8.000 personas asistieron de manera presencial a los diversos talleres, charlas, muestras de cine y música y demás actividades.

Este año 2022 el Hay Festival Medellín llegó a su primera década y para celebrarlo se realizaron 15 eventos a los que asistieron de forma presencial 2.500 personas quienes continuaron el legado del festival celebrando lo mejor de la literatura, la ciencia, el periodismo, la actualidad y la música.



Espectadores presenciales	22 personas
Espectadores virtuales	2.100.000 por redes sociales
Escritores e invitados	194 procedentes de 22 países
Eventos	150 entre el programa general, el Hay Joven y el Hay Festival Comunitarios



crea sonidos

SEGUNDA EDICIÓN DE CREA SONIDOS

Crea Sonidos es una iniciativa liderada por el maestro Yuri Buenaventura para resaltar y apoyar talentos musicales del país. En su primera edición Crea Sonidos se enfocó en artistas de la costa Pacífica colombiana, y en esta versión decidió ampliar la convocatoria a todo el país. Fieles a nuestro compromiso con la cultura, apoyamos este proyecto donando la convocatoria a nivel nacional, de manera que se presentara la mayor cantidad de artistas posible.

Producto de este esfuerzo en 2022 se presentaron aproximadamente **4.300 artistas** de los cuales fueron seleccionados 100 gracias a su gran talento y diversidad. Como beneficio los ganadores recibirán producción musical completa de hasta seis canciones, un video clip, un brochure, cursos de formación, y asesoría legal para las negociaciones de sus derechos con las disqueras.



FESTIVAL NACIONAL DE MÚSICA COLOMBIANA

Del 18 al 21 de marzo se realizó el encuentro de música de las regiones, conciertos de extensión en barrios y centros comerciales, concursos de duetos y composición y un gran concierto de cierre, en marco del Festival Nacional de la Música Colombiana en Ibagué. Como todos los

años, desde RCN Radio apoyamos la difusión del festival convencidos de su importancia en la preservación del patrimonio musical del país. Nuestra contribución estuvo enfocada en pauta radial en diferentes emisoras como RCN Radio y La FM a nivel nacional.





FESTIVAL MONO NÚÑEZ

De regreso a la presencialidad después de dos ediciones virtuales, el Festival de Música Andina Mono Núñez cerró su edición número 48 en Ginebra, Valle. El evento se realizó del 23 al 26 de junio y desde RCN Radio su divulgación a nivel nacional con pauta en las diferentes emisoras de la Cadena.

El festival dejó grandes ganadores en categorías como Mejor Trío Instrumental, Mejor Conjunto Vocal, Mejor Solista Vocal, mejor solista instrumental, mejor dueto vocal, etc. Además, el festival apoyó la promoción de talentos nacionales e internacionales representantes de la música folclórica de todo el continente, promoviendo así la cultura andina y latinoamericana.



48
Mono
Núñez

Festival de Música
Andina Colombiana
Junio 23 - 26 2022

*Nos vemos en Ginebra
punto de encuentro de la Música
Andina Colombiana*



Bases del Concurso - Inscripciones



FUNDACIÓN PROLIRICA DE ANTIOQUIA



XXVIII TEMPORADA INTERNACIONAL DE ZARZUELA, OPERETA Y ÓPERA CIUDAD DE MEDELLÍN 2022

La Fundación Prolírica de Antioquia es una entidad cultural y educativa que desde 1994 promueve el desarrollo del género lírico en el departamento realizando cada año las Temporadas Internacionales de Zarzuela, Opereta y Ópera en Medellín. Esta fundación también cuenta con otras iniciativas culturales como conciertos didácticos, clases magistrales, ensayos abiertos, tertulias, talleres y proyectos pedagógicos que transforman vida a través de la danza y el teatro.

Gracias al apoyo dado por RCN Radio la Temporada 2022 contó con 10 actividades realizadas que beneficiaron a más 6.600 personas y generaron 342 empleos en la ciudad de Medellín. Durante estos seis meses de temporada se presentaron obras como La Leyenda del Beso, la cual tuvo también un concierto didáctico de la zarzuela española y el concierto de ópera "El Barbero de Sevilla" que también contó con un concierto didáctico.



PAZ Y DEMOCRACIA

Comisión de la Verdad

Capítulo Étnico

El Informe Final de la Comisión de la Verdad ha sido uno de los hitos más importantes en la historia reciente del país. RCN Radio fue un canal de difusión de este informe tanto para las generaciones que vivieron en carne propia el conflicto armado, como para las nuevas que necesitan conocer la historia del país.

En alianza con la Comisión creamos un programa de 4 capítulos de 25 minutos con el objetivo de resumir el componente étnico del Informe Final; el programa fue producido y emitido en un periodo de dos meses.

Por medio de entrevistas a las comunidades étnicas y a integrantes de la Comisión de la Verdad que participaron en la construcción de este capítulo, resumimos los puntos más importantes de cada grupo étnico. A través de diálogos y música acercamos a nuestra audiencia a la verdad de los efectos del conflicto armado sobre pueblos gitanos, comunidades indígenas, negras, raizales, palenqueras y afro.



RED PRODEPAZ – INFORME FINAL DE LA COMISIÓN DE LA VERDAD



En línea con lo anterior, en alianza con la Fundación Red Prode paz, emitimos en nuestra cadena básica a nivel nacional, la segunda temporada de la serie de podcast Luz de la Noche.

Esta serie podcast compuesta por 10 capítulos de 8 minutos, fue una recopilación de una serie de conversaciones y relatos de víctimas y responsables de los más de 60 años de conflicto armado en Colom-

bia. Para relatar estas historias y proteger la identidad de los implicados, se realizó un dramatizado con ambientación sonora que situaba al oyente en el espacio de cada una de las narraciones y conversaciones en cuestión.

Este proyecto buscó impactar a todas nuestras audiencias jóvenes, populares y de todo el territorio nacional.



FUNDACIÓN PANAMERICANA PARA EL DESARROLLO - FUPAD

Zonas Futuro

Zonas Futuro fue un proyecto liderado por el Gobierno nacional en el que se focalizaron los municipios históricamente más afectados por el conflicto armado. A través de acciones para la construcción de paz y el mejoramiento de condiciones para el acceso a la educación, salud y cultura, se buscó desarrollar habilidades en las comunidades para el desarrollo territorial y la resiliencia.

Desde RCN Radio trabajamos de la mano con la Fundación Panamericana para el Desarrollo, con el fin de visibilizar estas acciones y dar voz a las comunidades sobre los impactos recibidos.

Asumimos el reto de hacer la producción de más de 60 piezas de audio con historias y entrevistas de comunidades de los departamentos de Chocó, Cauca, Arauca, Catatumbo y Córdoba difundidos a nivel nacional y regional.



FEDERACIÓN NACIONAL DE DEPARTAMENTOS

Saber y Sabor de Colombia

Con el fin de dar a conocer a nuestras audiencias la riqueza de nuestro país, emitimos 33 capítulos de 2 minutos sobre la gastronomía, turismo, agricultura e inversión económica de los 32 departamentos de Colombia. Por medio de una charla amena y dinámica entre tres locutores con amplio recorrido en radio, invitamos a nuestra audiencia a conocer algunas de las joyas gastronómicas que en muchos casos no eran las más famosas de cada departamento.

Semana a semana durante 9 meses y desde un diálogo entretenido, hablamos sobre las iniciativas de las distintas gobernaciones departamentales alrededor del apoyo económico y técnico para el fortalecimiento del desarrollo territorial de los departamentos.



FND Federación Nacional de
Departamentos





german
cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implemented by
giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ)

GIZ

Migración Venezolana - Reducción de discriminación

Este año continuamos creando contenido para orientar a la población migrante en su proceso de integración social y visibilizamos iniciativas de integración social, económica y cultural entre ambas naciones. Gran parte de los contenidos producidos (cápsulas, foros, crónicas y podcast), estuvieron orientados hacia incentivar la regularización de la población migrante como una oportunidad para que pudiera acceder a educación, integración al sistema financiero, oportunidades laborales y acceso al sistema de salud colombiano.

Enfocamos nuestra comunicación en las ciudades que más migrantes tienen en su territorio como Cali, Medellín, Bogotá y Cúcuta.



INVERSIÓN SOCIAL

En el año 2022 continuamos fortaleciendo nuestro foco de inversión social, concentrado en la cultura, la educación, la paz y la democracia.

Nuestras donaciones de pauta se distribuyeron así:



El total de la inversión social en 2022 fue de \$20.151.918.220 (valores brutos).

Algunas de las principales donaciones durante 2022 fueron las siguientes:

ENTIDAD	OBJETIVO
Fundación Hay Festival de Colombia	Convocar y promocionar el decimoséptimo Hay Festival de Cartagena
Una Decisión de Vida	Promover el portal de Una Decisión de Vida
Fundación Salvi	Convocar y promocionar el Festival de música de Cartagena en su versión XVI
Festival Mono Núñez	Apoyar y promocionar los eventos de recolección de fondos
Gala Mambo	Apoyo en la realización del evento
Campaña Cruz Roja Colombiana	Apoyar la convocatoria para recolección de recursos
Fundación Julie	Difusión de información sobre los servicios ofrecidos por la fundación y sus actividades



7

TALENTO HUMANO



RCNRADIO







RCNRADIO





POR UN BIENESTAR SOSTENIBLE

Agustín Ramírez Caro
Vicepresidente de Talento Humano y Sistema de Gestión

Las ideas de lo que es una buena vida están cambiando. Hoy se presta más atención al equilibrio entre vida y trabajo y cada vez más se reconoce que la seguridad económica ya no es sinónimo de felicidad, la razón es que se espera más de la vida. Un indicador fundamental del desarrollo sostenible es la calidad de vida, vivir más pero mejor.

Son tiempos difíciles y de mucha incertidumbre; sin embargo y aún, en estas circunstancias, las empresas como motores imprescindibles de desarrollo y progreso y que de manera voluntaria asumimos, como RCN Radio, compromisos sostenibles para impactar positiva e intencionalmente la vida de los trabajadores en términos de bienestar y felicidad, lo hacemos también en su entorno familiar, contemplando aspectos económicos, legales, de formación, valores, inclusión social en todas sus expresiones, medioambiente, objetivos de desarrollo sostenible, sistemas de gestión y por supuesto de productividad. Aportamos de manera permanente en la construcción de un mejor país. Sin empresas y empresarios no hay desarrollo, no hay progreso. Sin recursos estos propósitos no se podrían alcanzar. Con seguridad lo uno lleva a lo otro.

Con alguna frecuencia y como empresa nos preguntamos si estas estrategias de bienestar sostenible y equilibrio entre vida personal

y trabajo ¿garantiza la felicidad de los trabajadores? La respuesta es no, pero contribuyen.

La felicidad, es una condición muy personal, y así lo han definido a lo largo de los años filósofos, psicólogos, historiadores. Cada persona posee una respuesta, una definición de felicidad diferente.

Solo por citar algunos ejemplos Platón, Aristóteles, Lao Tzu, Kant, Nietzsche, definen la felicidad como una situación que depende del propio ser humano cuando ha adoptado el mejor plan para vivir feliz, cuando piensa en el presente y no depende del destino sino de su propio carácter y comportamiento. Es una decisión, un control que se tiene sobre sí mismo y el entorno. Implica lograr la autorrealización, las metas propuestas, logrando un estado de armonía.

De manera más reciente, un estudio de la universidad de Harvard que lleva 85 años, desde que se elaboró ha permitido deducir una serie de consejos básicos para reforzar los vínculos cotidianos.

Esta es la historia de esta investigación surgida desde el año 1938 donde se propuso saber qué hace que una persona prospere. Un número de 724 participantes permitieron estudiar sus vidas, desde la in-



fancia y sus primeros amores hasta sus últimos días. Ochenta y cinco años después, este estudio sobre el **Desarrollo Adulto** se expandió a tres generaciones, con más de 1.300 descendientes de los primeros sujetos abordados; es la investigación más prolongada sobre la salud humana en el mundo.

Cuál fue la conclusión: más que la inteligencia, la riqueza o la clase social, lo que influye en una vida feliz son los vínculos fuertes y saludables. “El dinero no nos hace felices, ni tampoco la posición laboral o social. Son sobre todo nuestras relaciones personales positivas las que forjan que la gente esté más contenta y, por tanto, feliz. Se basa en las **relaciones sentimentales**, la familia, amigos, compañeros, aquellos que forman nuestro círculo más cercano”.

Hay igualmente otras formas de abordar la felicidad, como el estudio de los países más felices del mundo, donde se tienen en cuenta seis factores clave: apoyo social, ingresos, salud, libertad, generosidad y ausencia de corrupción. En el informe del año 2023 se identifica un factor relacionado con la sociabilidad. “Hay varias formas de bondad cotidiana, como ayudar a un extraño, donar a organizaciones benéficas y ser voluntario”. Quizá conclusiones relacionadas con el estudio de Harvard.

Entre 150 países, Colombia quedó en el puesto número 72, a pesar de que en 2021 ocupaba los primeros lugares. Según analistas de este tema a “Colombia le pasó factura denuncias sobre la vulneración de derechos humanos”.

Finalmente, los estudios citados refuerzan nuestra filosofía de bienestar sostenible. “Del bienestar a la felicidad”, en el sentido de mejora, avance y desarrollo del trabajador, su familia y entorno.

Para lograr los resultados que presentamos en este informe, trabajamos de la mano con nuestros aliados quienes comparten también la filosofía de bienestar, sostenibilidad y progreso social.



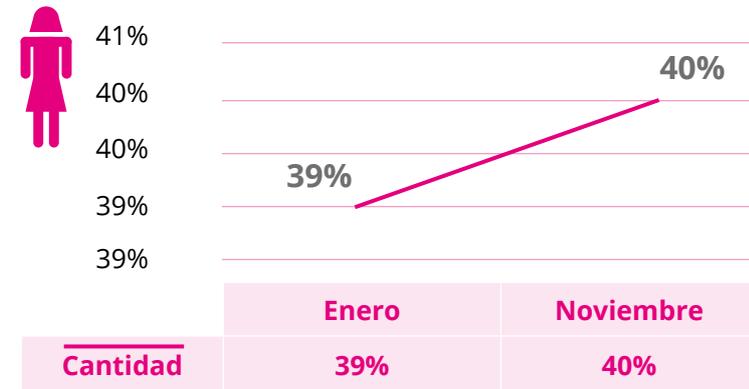
RCN Radio en el 2022 generó empleo de manera directa para casi 1400 (sin incluir temporales, aprendices, practicantes), con las siguientes características:

- 40% de mujeres y 60% hombres.
- **Trabajadores presentes en nuestras siete regionales:** Occidente, Antioqueña, Cafetera, Costa, Santander, Centro e Ibagué y en más de 40 ciudades.
- **Con una antigüedad:** promedio en la empresa de 10 años.
- En mayor proporción la planta de personal es soltera, seguida de casados y en unión libre especialmente.

	%	% casados	% divorciados	% separados	% solteros	% unión libre	% viudos	Total
Hombres	60	35%	3%		38%	24%		100
Mujeres	40	22%	5%	1%	52%	19%	1%	100

En los datos por generaciones existe una mayor proporción de millenias, seguidos de las generaciones X, baby boomer y Z, es decir que la mayor proporción de la población está entre los 41 y 53 años.

Nacidos entre		Nombre	Mujer %	Hombre %
1949	1968	Baby Boomer	14%	26%
1969	1980	X	28%	30%
1981	1993	Millenians	38%	33%
1994	2010	Z	20%	11%
2011		Alfa	0	0
Total			100	100



- Es importante resaltar que en el año 2022 como parte de los proyectos de inclusión y responsabilidad social nos propusimos la meta de aumentar el número de mujeres en RCN Radio, y el resultado fue un 1% más de mujeres en RCN Radio, pasando de 39% a 40% entre los meses de enero y noviembre.



1. BIENESTAR Y CLIMA ORGANIZACIONAL

Nuestros programas de bienestar impactan al 100% del talento humano y algunos se extienden a las familias. Se realizan diferentes tipos de actividades nacionales y locales con el objetivo de lograr un buen cubrimiento, entre ellas beneficios económicos, concursos de crónicas, cuentos, actividades recreativas, deportivas, celebración de fechas especiales.

Durante el año 2022 se dio continuidad al programa de bienestar en línea, contando con el apoyo de aliados como la ARL Bolívar, la Caja de Compensación Colsubsidio, EPS, SIMPLE, ARESS.

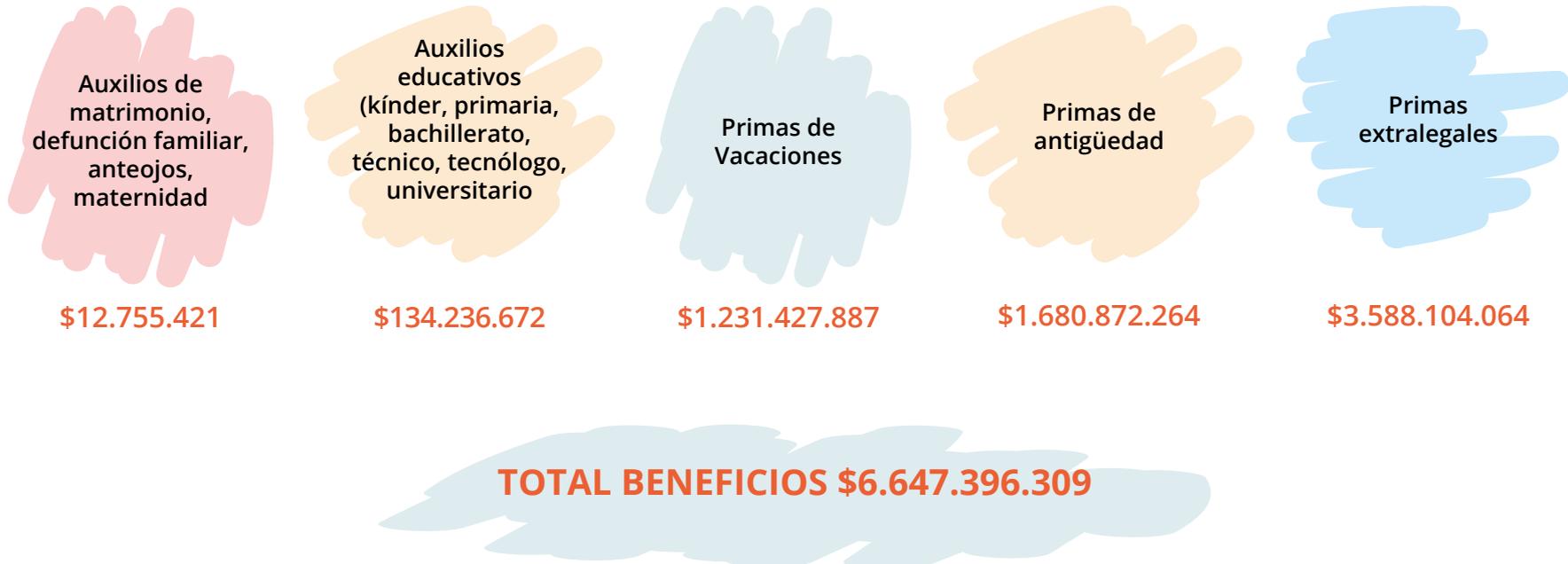




a. Beneficios económicos para el trabajador y sus familias

Primas extralegales y auxilios

- RCN Radio cuenta con un pacto colectivo de trabajo, el actual tiene una vigencia de cinco años 2019-2023. Hacen parte de estos beneficios:
 - Primas extralegales y de vacaciones, además:
 - Auxilios de matrimonio, defunción de trabajador, defunciones familiares, maternidad, anteojos.
 - Educativos de kínder, primaria, bachillerato, técnico, tecnólogo, universitario; durante el año 2022 se entregaron beneficios por valor de \$6.647.396.309, así:



b. Fondo de Empleados

El Fondo de Empleados de RCN Radio tiene una antigüedad de más 20 años, en tiempos de pandemia hubo trabajadores que se retiraron. En el 2022 y dadas las campañas, se crece nuevamente en número de ahorradores.

Pertenecer al fondo de empleados además del beneficio del ahorro es condición para préstamos y poder acceder a la política educativa.

FONDO DE EMPLEADOS DE RCN RADIO			
CONCEPTO	31/12/2022	31/12/2021	%
Número de asociados	865	858	1%
Valor ahorros	\$ 4.776.510.962	\$ 4.685.352.389	2%
Número de préstamos efectuados	644	351	83%
Valor préstamos durante el periodo	\$ 1.653.305.989	\$ 1.174.334.172	41%
Saldo de préstamos a 31 de diciembre	\$ 1.561.161.441	\$ 1.840.890.800	-15%
Número de retiros de ahorros efectuados	782	896	-13%
Valor retiro de ahorros	\$ 1.893.275.034	\$ 1.841.713.210	2,8%
Descuentos de nómina	\$ 3.510.136.446	\$ 3.469.699.042	1%

c. Actividades especiales - concursos

Concurso Interno de Crónicas “Antonio José Caballero”

El concurso interno de crónicas se creó en el año 2014, tiene los propósitos de estimular la crónica periodística como parte de la identidad de los contenidos de RCN Radio y hacer un homenaje al mejor cronista de la radio en Colombia, Antonio José Caballero (QEPD).

Participan nuestros periodistas y en el 2022 se amplió a dick jockey y directores de emisora. Desde su lanzamiento han participado 881 crónicas.



Concurso Interno de Crónicas





Ganadores de la octava versión

Así dio a conocer el Dr. Fernando Molina Soto, presidente, los resultados del concurso en su octava versión en noviembre de 2022.



CONCURSO DE CRÓNICAS RCN RADIO "ANTONIO JOSÉ CABALLERO" GANADORES OCTAVA VERSIÓN

En nuestra octava versión del concurso de Crónicas "Antonio José Caballero" (QEPD) logramos tener la mayor participación de todas las convocatorias tanto en número de crónicas como de ciudades participantes. Fueron inscritos 216 trabajos de 23 ciudades de: RCN Radio, La FM, Antena 2, Radio Calidad y La Cariñosa, Radio Red, Rumba, La Mega y Fiesta, así como en las páginas de RCN Radio, Radio Calidad, La Cariñosa y La FM.

Todas las crónicas participantes se caracterizaron por su calidad, buen trabajo de investigación, y como siempre un gran sentido humano.

La selección de las 18 crónicas semifinalistas estuvo a cargo de: Luis Carlos Vélez Marroquín, Francisco Romero Dorado, Juan Manuel Ruiz Machado, Indalecio Castellanos López, Antonio Casale Roza y Jairo Tarazona.

Este año le hemos solicitado a nuestro amigo y compañero Juan Manuel Ruiz, que nos ayudara con la evaluación de las crónicas y con su imparcialidad y profesionalismo, escogiendo a los ganadores.

A continuación, los ganadores de esta versión del Concurso de Crónicas y los comentarios de Juan Manuel:





PUESTO	TEMA	EL CONCEPTO DE JUAN MANUEL	QUIÉN ES EL GANADOR
PRIMERO Jairo Alonso Pérez Delgado	Crónica <i>"La llegada de miles de migrantes a Necoclí (Antioquia) entre la angustia por el sueño americano y la bonanza económica que dejaron en el municipio".</i>	<i>"Es un riguroso relato en el lugar de los hechos, que demuestra el drama que viven miles de migrantes de varios países en su sueño por llegar a Estados Unidos para cambiar el rumbo de sus vidas. La crónica de Jairo Pérez logra dibujar con maestría todas las aristas de esta tragedia humanitaria, mostrando cómo los inmigrantes viven en cambuches, cómo hacen para vivir vendiendo alimentos, cómo impactan en la economía local de Necoclí y, obviamente, cómo sobrellevan la discriminación y el peligro que les espera en este arriesgado proyecto de traspasar fronteras. El tono de la crónica es afable, descriptivo y preciso, para dejarnos mucha claridad de lo que ocurre en esa zona vecina a Panamá."</i>	Jairo Alonso es Técnico en Locución de Radio, Televisión y Medios Audiovisuales, y abogado de la Universidad del Sinú. Se desempeña como Director de Noticias en Montería y está vinculado a la Cadena desde mayo de 2011.
SEGUNDO Norma Paola Márquez Sanabría	Crónica <i>"La realidad de los otros: 200 años de olvido".</i>	<i>"La crónica de Paola logra demostrar que a pesar de que estamos bien adentro del siglo XXI todavía hay lugares del país en donde se vive como si estuviéramos en otros tiempos: sin luz, sin televisor, sin vías de comunicación. Para ello, tomó como muestra lo que ocurre en veredas de dos pueblos de Boyacá, Socotá y Sotaquirá. Allí los niños no tienen medios para ir a la escuela y deben sortear adversidades para alcanzar su propósito. Esta crónica es a la vez una denuncia que merece la pena tenerse en cuenta para el llamado a la solidaridad y a la debida respuesta para quienes viven en esas condiciones."</i>	Norma Paola es Comunicadora Social y Periodista de la Universidad de Boyacá. Es la Directora de Noticias Regional con sede en Tunja y vinculada a la Cadena desde enero de 2020.
TERCER Jairo Chávez Ávila	Crónica <i>"Egan Bernal resucitado"</i>	<i>"Con maestría, Jairo Chaves resume el comienzo de esta historia que estremeció al ciclismo en el mundo entero. El ritmo de la crónica vibrante, llamativa, en tono dramático, despeja todas las dudas desde que se conoció la primera noticia del accidente del gran deportista colombiano Egan Bernal, hasta el momento en que se dio el parte médico que dio la partida a su milagrosa recuperación. Un trabajo radial que bien merece guardarse en la historia de la radio."</i>	Jairo es Bachiller Técnico en Mecánica Industrial, tiene seminarios y cursos en Periodismo. Además de su lengua materna habla inglés, francés e italiano. Es comentarista deportivo en la ciudad de Cali y está vinculado a la Cadena desde mayo de 2013.

Quiero agradecer a todos los participantes que inscribieron sus trabajos y desde ya los invito a que se inscriban en la novena versión de nuestro Concurso, que es un homenaje al gran amigo, profesional y compañero "Antonio José Caballero".

Felicitaciones a los ganadores, por este gran reconocimiento a su dedicación y profesionalismo.

Con un cordial saludo,

FERNANDO MOLINA SOTO
 Presidente



RCNRADIO



Concurso Interno de Cuento



Desde hace 4 años y como ejercicio de inclusión y responsabilidad social, se ha invitado a escuelas del Municipio de San Francisco, Cundinamarca; en el año 2022 participaron 130 niños de primaria de 9 instituciones educativas: Escuela Departamental República de Francia y las escuelas Arrayán Bajo, Juan Vera, Buenavista, San Luis, San Miguel, La Modelo, El Muña, Arrayán Alto, con el lema “escribir es mi cuento”.



AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
RCN Radio	50	42	33	31	101	179	281	228	292	334	348	291	2210
Externos								30	24		27	130	211
TOTAL	50	42	33	31	101	179	281	258	316	334	375	421	2421

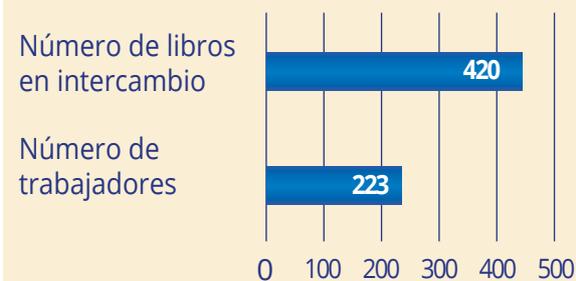


Como parte del Concurso Interno de Cuento en su versión número 12, año 2022 se realizó la actividad: **PRIMER INTERCAMBIO LITERARIO RCN Radio.**

Tuvo el objetivo de promover el hábito de la lectura y propiciar encuentros de manera que logremos incentivar la creatividad en la escritura de un cuento.

La actividad se desarrolló en varias de las ciudades donde la Cadena tiene presencia como Bogotá, Medellín, Pereira, Cali, Cartagena, Manizales, Girardot/Espinal, Cúcuta, Popayán y Neiva. Participaron de estas ciudades 223 trabajadores y se intercambiaron y donaron 420 libros de géneros como: novela, crecimiento personal, arte, cuento, ensayo y poesía, política, crónica, historia, biografía.

INTERCAMBIO LITERARIO RCN RADIO 2022





Así dio a conocer los resultados de este concurso el Dr. Agustín Ramírez Caro, vicepresidente de talento humano y sistema de gestión.

Apreciados,

Me es grato compartir con ustedes el informe de cierre y los ganadores de la **XII versión del Concurso Interno de Cuento RCN Radio 2022**, que tiene como principal objetivo estimular la lectura y escritura.

Cerramos con 291 cuentos escritos en la convocatoria interna, 130 cuentos externos, para un total general de 421 cuentos escritos a nivel nacional, superando la participación del año 2021, especialmente por el aporte de las instituciones educativas externas que se unieron a esta iniciativa.

La presidencia agradece a los gerentes que se comprometieron con este concurso y hacen parte del resultado que hoy presentamos.

Una mención especial por la labor realizada en:



La ciudad con mayor
participación en el país:
IBAGUÉ

Las ciudades que superaron
sus indicadores, con relación
al año anterior:
CALI, MONTERÍA Y ARMENIA.



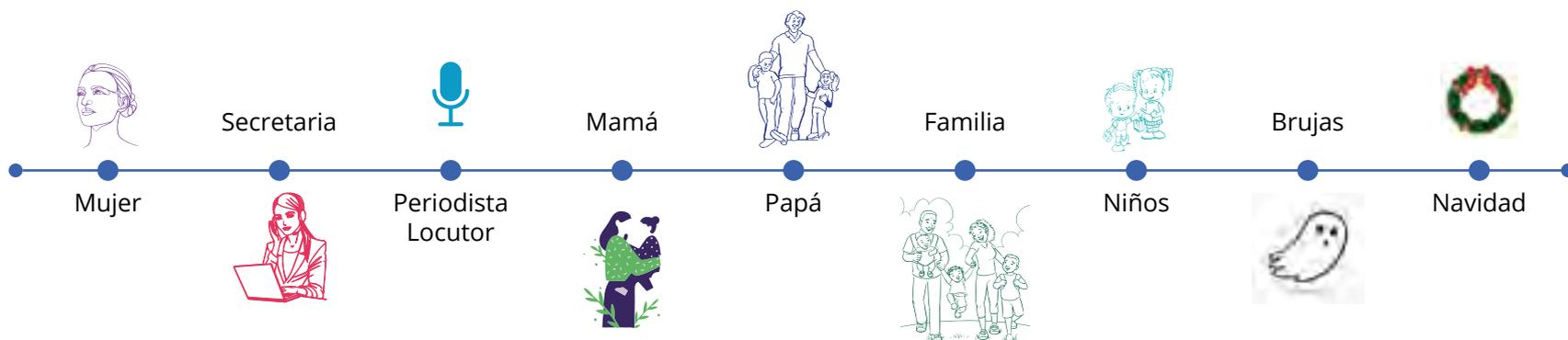
CATEGORÍA		1 PUESTO	CUENTO	FAMILIAR	CIUDAD
1	1° a 5° grado	Steven Muñoz Galeano 2° de primaria	Niño Dios	Hijo de Mónica Bibiana Galeano Molina Servicios generales	Medellín
2	6° a 11° grado	Diego Alejandro Vera Morato 10° bachillerato	Las voces en las paredes	Sobrino de Lizeth Milady Parra Morato Disc jockey	Villavicencio
3	Educación superior	Laura Camila Jiménez 10° semestre	Gort y su viaje sin regreso	Hijo de John Gerli Jiménez Torres Disc jockey	Villavicencio
4	Trabajadores	Carlos Alberto Suárez Aparicio	Urania	Comentarista deportivo	Cúcuta

Otras actividades de bienestar y clima organizacional

Tenemos el interés de desarrollar una agenda variada y en diferentes temas para llegar, en lo posible a los gustos e intereses de cada trabajador y ciudad, entre ellas **celebraciones especiales** como días del periodista, mujer, locutor, secretaria, madre, padre, familia, niños, novenas de navidad. **Concursos** de karaoke, bingo, así como nuestro **programa** especial de septiembre mes del amor y la salud dedicado a prevención y promoción del bienestar integral y sostenible. En el

año 2022 en este programa tuvimos por primera vez las actividades “con mi mascota en RCN Radio” (perros y gatos), y “dona de corazón.”

El promedio de participación por actividad fue de 120 trabajadores, unas realizadas de forma presencial y otras virtuales, con el apoyo de nuestros aliados Colsubsidio, ARL Bolívar, Aress.







Con nuestro programa de **septiembre mes del amor y la salud** con más de 10 años de creado y con lema por un bienestar sostenible, se realizaron en 2022 actividades en diferentes áreas, con el apoyo de nuestros aliados: ARL Bolívar – Colsubsidio, ICONTEC- Fundación Mujeres de Éxito (Servientrega), Laika, Fundación One Opportunity.

SOSTENIBILIDAD

- Con mi mascota en RCN Radio, perros y gatos.
- Adopción de mascotas.
- Donación de comida, medicamentos y juguetes - mascotas.
- Donación de ropa (niños y adultos).

MEDIOAMBIENTE

- Charlas de manejo de residuos.
- Economía circular.

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

- Primeros auxilios psicológicos.
- Pasos seguros.
- Ensaladas saludables.
- Spa de manos.

LÚDICO

- Karaoke.
- Concurso de conocimientos en sostenibilidad, calidad, medioambiente, seguridad y salud en el trabajo.



2. FORMACIÓN Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS

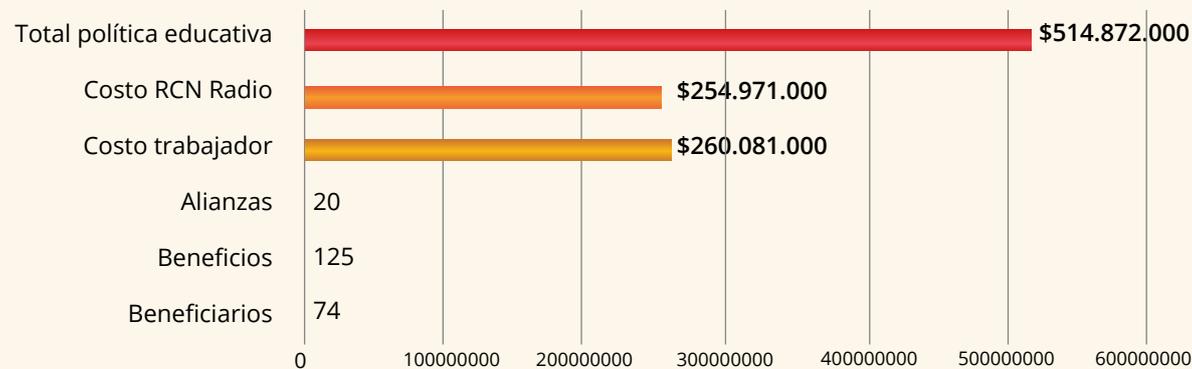
a. Política educativa

Se tiene una política educativa en donde la empresa aporta el 50% del valor de la matrícula y el trabajador el 50% restante.

En el año 2022 hubo 20 alianzas con instituciones educativas en todo el país, para formación presencial y virtual en niveles de pregrado y postgrado.

Beneficia al trabajador, hijos y cónyuge, 125 beneficios y 74 beneficiados.

TOTAL, INVERSIÓN: \$514.872.000



	Beneficiarios	Beneficios	Alianzas	Costo Trabajador	Costo RCN Radio	Total Política Educativa
Número Valor	74	125	20	260.081.000	254.791.000	514.872.000

Nota: una persona puede tener dos beneficios al año, uno por semestre.

Datos a 30 de noviembre de 2022.

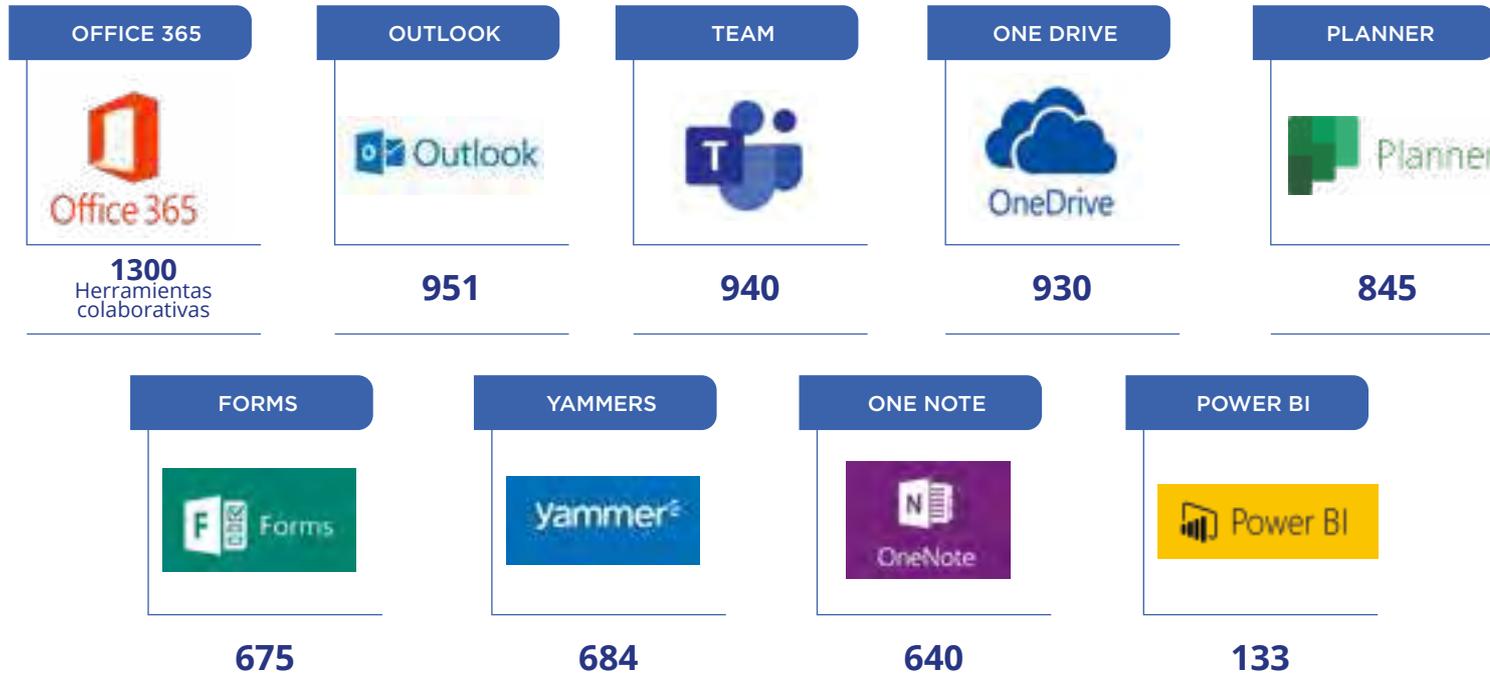
b. Formación con temas propios y con el apoyo de aliados

En el año 2022 el propósito fundamental fue fortalecer el desarrollo de competencias duras digitales y temas relacionados con los sistemas de gestión, que se logró con el apoyo de aliados y mediante el programa RCN Aprende de la empresa.

- **Competencias digitales:**

- Proveedor Microsoft.
- Inversión: 700 dólares por tema.
- Temas: 9: office 365, outlook, team, one drive, planner, forms, yammer, one note, power Bi.

Participación por tema:





c. Cursos relacionados con el sistema de gestión

- Temas: 13.
- Aliados: ARL Bolívar, ICONTEC, Consultgreesas y RCN Aprende.

Número de trabajadores participantes por tema:



3. COMUNICACIONES

- **Portal empresarial – sitio Talento Humano**

Desde el portal empresarial hay un sitio para cada proceso. En el de Talento Humano se tiene la posibilidad de acceder a toda la información desde la selección, inducción, bienestar, formación, sistemas de gestión, políticas, reglamentos.

Los temas administración de personal (portal transaccional) se accede a solicitudes de préstamos, vacaciones, desprendibles de pago, certificados, extractos, entre otros.



- **RCN Aprende**

Sitio de formación propio con cursos cortos y con acceso desde el portal empresarial.

- **Objetivos:**

- Compartir y divulgar conocimientos e información de interés para los trabajadores de la Cadena.
 - Acceder a cursos cortos y gratuitos online.
 - Acceder a contenidos de manera fácil y permanente sin necesidad de guardar o imprimir.





- Los contenidos son presentados en diferentes formatos y en las siguientes áreas:

Seguridad y salud en el ...	Medioambiente
Calidad	Seguridad de la información
Clima organizacional	Competencias
Administración de Personal	Sostenibilidad
Bienestar	Desarrollo y Soluciones TI

- **Boletín**

Se publicaron 12 ediciones, una mensual del Boletín Entre Nos, medio de comunicación interno que tiene el objetivo de formar, informar, sensibilizar y crear conciencia en diferentes temas de estrategia, talento humano y sistema de gestión.

Total temas
77

Total áreas
11

192 ediciones
desde su creación
2007-2022

	ÁREA	NÚMERO DE TEMAS
1	Bienestar	20
2	Seguridad y salud en el trabajo	15
3	Medioambiente	14
4	Riesgo Psicosocial	6
5	Sostenibilidad	5
6	Formación	4
7	Calidad	3
8	Competencias	2
9	Rendición de Cuentas	2
10	Seguridad de la Información	2
11	Otros	4
	Total	77





RCNRADIO





• **Buzón de sugerencias**



RCN Radio para hacer más sencillo y práctico el reporte de riesgos, incidentes, aspectos ambientales, no conformidades y participación por parte de todo el personal de la Cadena, ha dispuesto el Buzón de Sugerencias en donde se registra el evento presentado, las acciones tomadas y el seguimiento de estas hasta su cierre y verificación de las correcciones adoptadas.

• **Carteleras**



Tienen el objetivo de reforzar temas de los sistemas de gestión, son físicas y virtuales.

ÁREA	NÚMERO
Medioambiente	6
Seguridad y salud en el trabajo	5
Sistema integrado	2
Bienestar	1
Seguridad de la información	2
TOTAL	16

- Sensibilización en ciberseguridad y seguridad de la información, norma ISO 27001 sistema de gestión de seguridad de la información.

TEMA	NÚMERO
Refuerzo de política de SGSI	2
Contraseña	3
Cómo reportar un incidente	2
Proteger la información	2
Cómo reconocer un malware o virus	3
Actualización de software	1
Correos maliciosos identificados	15
Respaldo de la información	4
Pasos para detectar correos maliciosos	5
Bloqueos de USB	2
Pantalla y escritorio limpio	2
TOTAL	41

8

MEDIOAMBIENTE Y SISTEMA DE GESTIÓN



RCNRADIO







RCNRADIO





MÁS DE 20 AÑOS

Fortaleciendo la cultura de la calidad, la sostenibilidad y la gestión del conocimiento en RCN Radio; algunos datos

- **2002:** 20 años con un Fondo de Empleados, RCN Radio.
- **2007:** 16 años con un medio de comunicación interno Boletín Entre Nos, 192 ediciones, una por mes.
- **2008:** 14 años con la certificación al sistema de gestión de la calidad.
- **2008:** 14 años con la Política Educativa beneficiando a trabajadores y familiares mediante alianzas educativas.
- **2010:** 12 años con el concurso interno de cuento para trabajadores, hijos, sobrinos, nietos, hermanos y primos.
- **2013:** 10 años con la certificación del sistema de gestión de medioambiente.
- **2013:** 10 años con la certificación del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.
- **2014:** 8 años del concurso interno de crónicas.
- **2016:** 6 años con el sello de SOSTENIBILIDAD, en los últimos años con nivel de excelencia, máxima categoría.
- Más de 10 años sin registros de enfermedad laboral.
- Más de 20 años sin muertes ocasionadas por accidentes laborales.
- Más de 10 con registros de accidentes de trabajo leves.

En 2022:

- Creación del programa de movilidad sostenible, viajes verdes en bicicleta, préstamos.
- Siembra de árboles.
- Primeras jornadas con mi mascota en RCN Radio (caninos y felinos).
- Premios inspiradores de tranquilidad en la máxima categoría ORO, Premio otorgado por la ARL Bolívar al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo con resultados en accidentalidad para más de 1000 trabajadores.
- Más de 4 años, con resultados en evaluación de estándares mínimos en seguridad y salud en el trabajo por encima de 95%.



1. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

En el año 2022 dimos continuidad al seguimiento y mejora de nuestros sistemas de gestión con capacitaciones, campañas de sensibilización, asesoría a procesos, seguimiento a acciones correctivas y de mejora, y realización de auditorías internas y externas.

TEMA	RESULTADO
Ciudades auditadas	43
Sistemas de gestión auditados	4: calidad, medioambiente, seguridad y salud en el trabajo, en Bogotá además en el nuevo sistema de gestión de seguridad de la información.
Opciones de mejora y hallazgos	355
Principal área para la mejora	Fortalecer los métodos de análisis de causas como los cinco porqués.



AUDITORÍAS EXTERNAS- RESULTADOS *			
SISTEMA DE GESTIÓN	AUDITADO	RESULTADO	
CALIDAD Norma NTC ISO 9001: 2015	ICONTEC	Conforme	Certificado por 3 años más y con seguimientos anuales.
MEDIOAMBIENTE Norma NTC ISO 14001: 2015	ICONTEC	Conforme	Certificado por 3 años más y con seguimientos anuales.
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO Norma NTC ISO 45001: 2018	ICONTEC	Conforme	Certificado por 3 años más y con seguimientos anuales.
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Norma NTC ISO 27001: 2013	ICONTEC	Otorgamiento	Certificado por 3 años y con seguimientos anuales.
SELLO DE SOSTENIBILIDAD (2020-2022)	ICONTEC	92, 32, categoría excelencia	
Preauditoría técnica al sistema de seguridad de la información	Consultoría	23 opciones de mejora	

***Nota:** las auditorías de los sistemas de gestión de calidad, medioambiente, y seguridad y salud en el trabajo estaban programadas para octubre de 2022; dada la implementación del sistema de seguridad de la información se realizaron en febrero de 2023.



EL SISTEMA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO TUVO ADEMÁS LAS SIGUIENTES AUDITORÍAS EXTERNAS

AUDITADO	OBJETIVO	RESULTADO
ARL Bolívar	<ul style="list-style-type: none"> En la auditoría legal 2022 por la ARL Bolívar al sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. Validar estándares mínimos según resolución 0312 de 2019. 	98/100
Consejo Colombiano de Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> Concurso INSPIRADORES DE TRANQUILIDAD. Premio otorgado por la ARL Bolívar al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo con resultados en accidentalidad para más de 1000 trabajadores. 	Categoría ORO Máximo nivel de reconocimiento.
Ministerio del Trabajo (no planeada)	<ul style="list-style-type: none"> Verificar compromisos laborales como: pago de salarios, prestaciones, horas extras, dominicales, entre otros. 	Resultados positivos sin encontrar hallazgos de incumplimiento a la normatividad laboral vigente.



Informe de sostenibilidad 2021

Logros y resultados de cada uno de los procesos estratégicos de la Cadena en el 2021, en formato virtual y físico y publicado en mayo de 2022. Se da a conocer interna y externamente a partes interesadas.

9 capítulos, que contienen:

1. **Perfil RCN Radio** (presencia en Colombia, aliados periodísticos, entre otros).
2. **Estrategia corporativa 2020-2024**, propósito, misión, visión, principios y valores, autopistas estratégicas.
3. **Acerca de nuestro informe**: modelo de sostenibilidad, ética empresarial, grupos de interés, sello de sostenibilidad.
4. **Gobierno corporativo**: estructura organizacional, procesos.
5. **Crecimiento rentable**: informe de mercadeo publicitario, rueda de negocios, expo show.
6. **Contenidos relevantes**: resultados por proceso.
7. **Talento Humano**: bienestar, clima, formación y competencias.
8. **Medioambiente y sistema de gestión**: calidad, medioambiente, seguridad y salud en el trabajo.
9. **Cuentos y crónicas RCN Radio**: cuentos y crónicas ganadoras 2021.



Tiene un mecanismo de atención a oyentes y usuarios:
LÍNEA OPINE Y SUGIERA,
 mediante ella se reciben quejas, reclamos, sugerencias, opiniones, solicitudes, reclamos, temas de derechos humanos. De manera regular se envía reporte de estas solicitudes a directores de emisoras, líderes de procesos, según corresponda, se da respuesta en un tiempo menor a ocho días. En el 2022 se dio respuesta a 303 asuntos.

ATENCIÓN AL OYENTE

ASUNTO	NÚMERO
Derechos humanos	1,00%
Comentario positivo	4,00%
Reclamo	7,00%
Sugerencia	9,00%
Opinión	13,00%
Queja	25%
Solicitud	41,00%
TOTAL	100.00%



Satisfacción del cliente anunciante

Anualmente se hace seguimiento a la satisfacción del cliente anunciante mediante una encuesta telefónica y con la metodología Efecto Promotor Neto (dato que informa acerca del nivel de satisfacción de

los encuestados y da información acerca de la probabilidad de que promocionen marca, producto o empresa como detractores o promotores de estos.

Las compañías obtienen su indicador del promotor neto haciendo la siguiente pregunta:

¿Recomendaría a RCN Radio o sus emisoras como medio para comunicar su marca a algún amigo o colega?

	Muy probable				Neutro				Muy poco probable			
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	
PROMOTOR												
PASIVO												
DETRACTOR												

- **Efecto Promotor Neto - Fidelización Promotor Neto:**
 - En el marco del promotor neto, ven a los promotores como activos valiosos que conduzcan al crecimiento provechoso debido a su repetición/compras, longevidad, mientras que ven a los detractores como responsables de destruir crecimiento provechoso debido a sus quejas, compras reducidas y un boca a boca negativo.

Ficha técnica resultados del estudio:

- **Metodología:** encuesta telefónica CATI
- **Fecha:** agosto 2022 – octubre de 2022
- **Empresa:** Satelco
- **Tamaño de Muestra:** 361 clientes.
- **Tamaño de Muestra distribuida en las regionales:** Bogotá, Ibagué, Costa, Medellín, Santander y Occidente.
- El Efecto Promotor neto (EPN), es igual a promotores menos detractores.

EFFECTO PROMOTOR NETO RCN RADIO

Año	2022
Variable	TOTAL, CLIENTES (361)
DETRACTORES	5%
PROMOTORES	83%
EPN	78%

• Percepción de los trabajadores acerca del sistema de gestión

- **Objetivos:**
 - Identificar si los trabajadores reconocen la implementación de estrategias para incentivar el desarrollo de cada uno de los sistemas de gestión.
 - Aplicación de encuesta de 4 preguntas en una escala de 1 a 4, donde 1 es no reconozco.
 - Muestra de 60 trabajadores, dieron respuesta 262.
 - **Ciudad:** Bogotá.
 - **Resultado:** de manera general se concluye que los trabajadores identifican y reconocen las estrategias que implementa RCN Radio para el desarrollo del sistema de gestión, así:

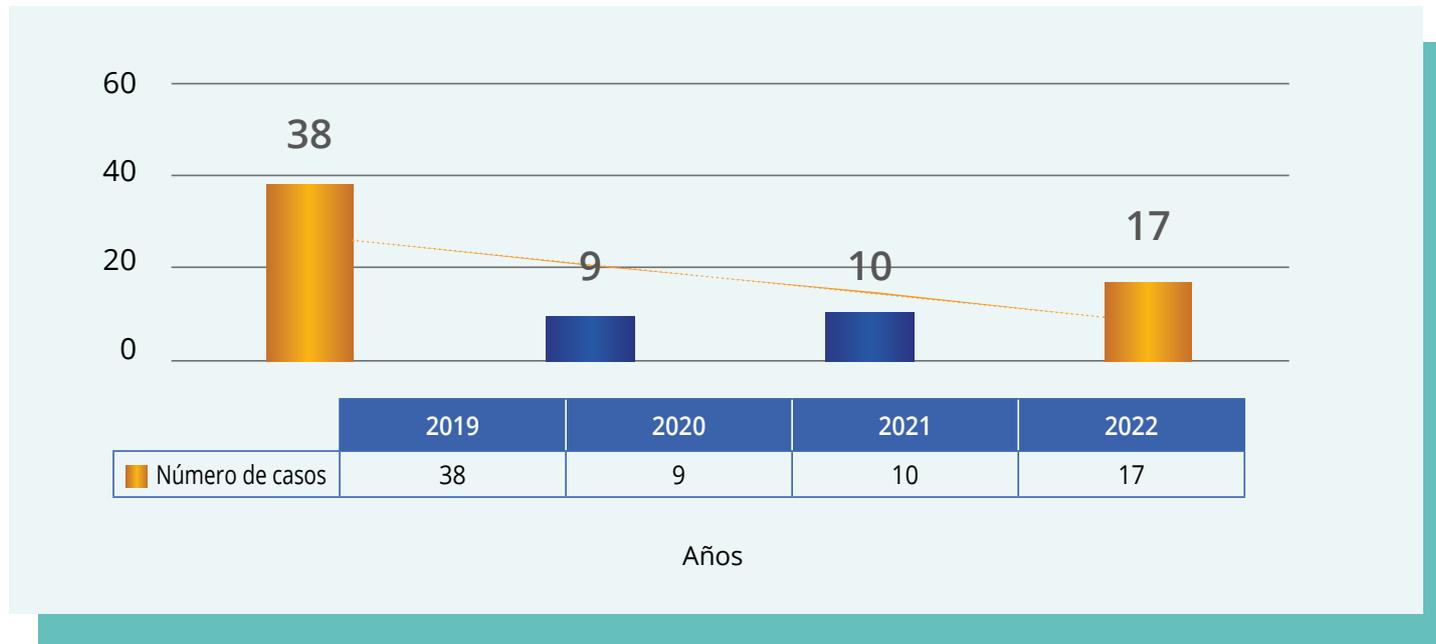
	PREGUNTA	Respuestas calificadas por los trabajadores con puntajes de 3 y 4
RECONOZCO QUE RCN RADIO	1. Implementa estrategias para el cuidado del medioambiente como el uso adecuado del agua, del combustible, la energía y la adecuada disposición de residuos.	99,2%
	2. Se compromete y facilita los recursos que nos ayudan a proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información corporativa.	98,9%
	3. Implementa controles y dispone de condiciones seguras para minimizar los riesgos de accidentes y enfermedades laborales.	100%
	4. Está comprometida con la implementación de métodos y herramientas que promueven la mejora continua de los procesos.	98,8%



2. SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

- **Accidentalidad**

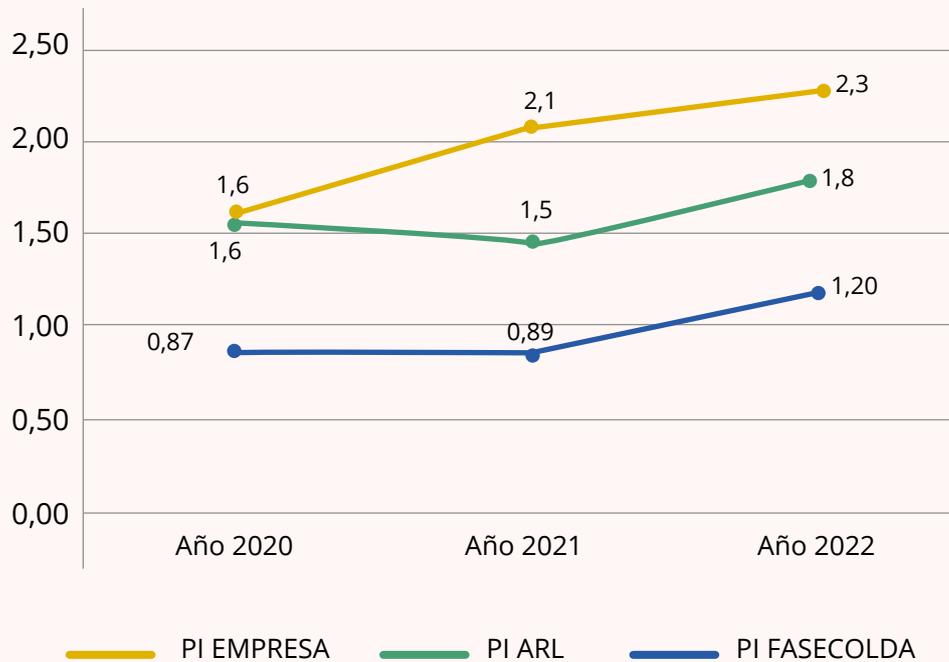
Los accidentes **17** en total obedecen en su mayoría a caídas leves, especialmente por caídas a nivel y golpes y no generaron incapacidades.



- Años 2020 y 2021- el 80% de los trabajadores laboró desde casa.
- El retorno 100% a oficinas se dio en septiembre de 2021.
- Datos a diciembre de 2022.

• **Indicadores de accidentalidad y gravedad – años 2020, 2021 y 2022**

Comparativo del PI empresas, vs el mercado y ARL - accidentalidad



Actividad económica 2642301: Empresas dedicadas a prestar servicios de transmisión de programas de radio y televisión. *En línea azul RCN Radio.*

PI (Porcentaje de incidencia): representa el número de accidentes ocurridos por cada 1000 personas expuestas.

Fuente: ARL Bolívar

La gráfica representa un comparativo del comportamiento de la accidentalidad para los años 2020, 2021 y 2022, evidenciando que el porcentaje de accidentes ocurridos en RCN Radio está por debajo de la media de las empresas afiliadas a Seguros Bolívar y las empresas a nivel nacional dedicadas a prestar servicios de transmisión de programas de radio y televisión.

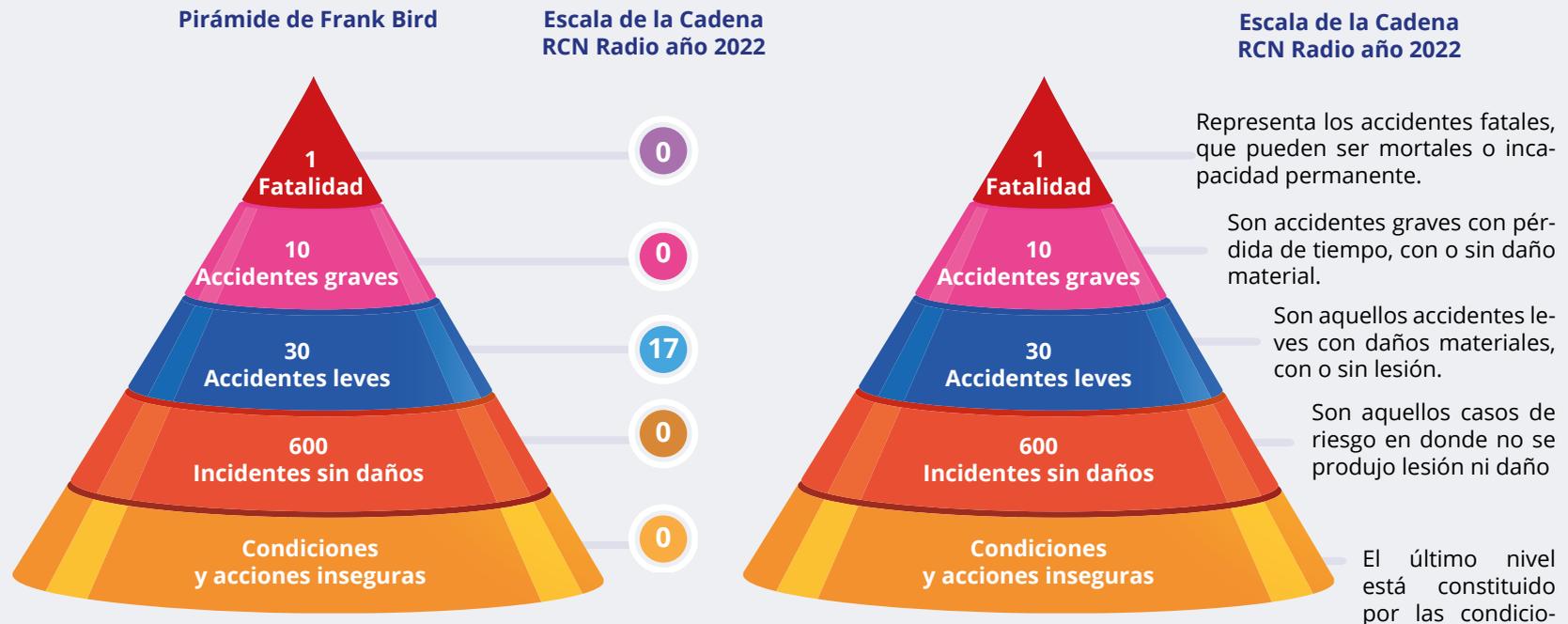
Fuente: ARL Bolívar



Comparación entre la pirámide de Frank Bird: representación gráfica de la proporcionalidad que existe entre los incidentes (eventos que no generaron pérdida y los accidentes con daños para la salud del trabajador) y la accidentalidad en RCN Radio, año 2022.

INDICADORES DE ACCIDENTALIDAD 2022

Escala de severidad de accidentes:



Análisis de accidentalidad: Durante el año 2022 se presentaron 17 accidentes de trabajo de los cuales el 100% fueron catalogados como leves, con lo cual se demuestra una buena gestión de los riesgos por parte de la empresa y de acuerdo a la teoría de causalidad de Frank Bird la probabilidad de aparición de AT graves o mortales es mínima.

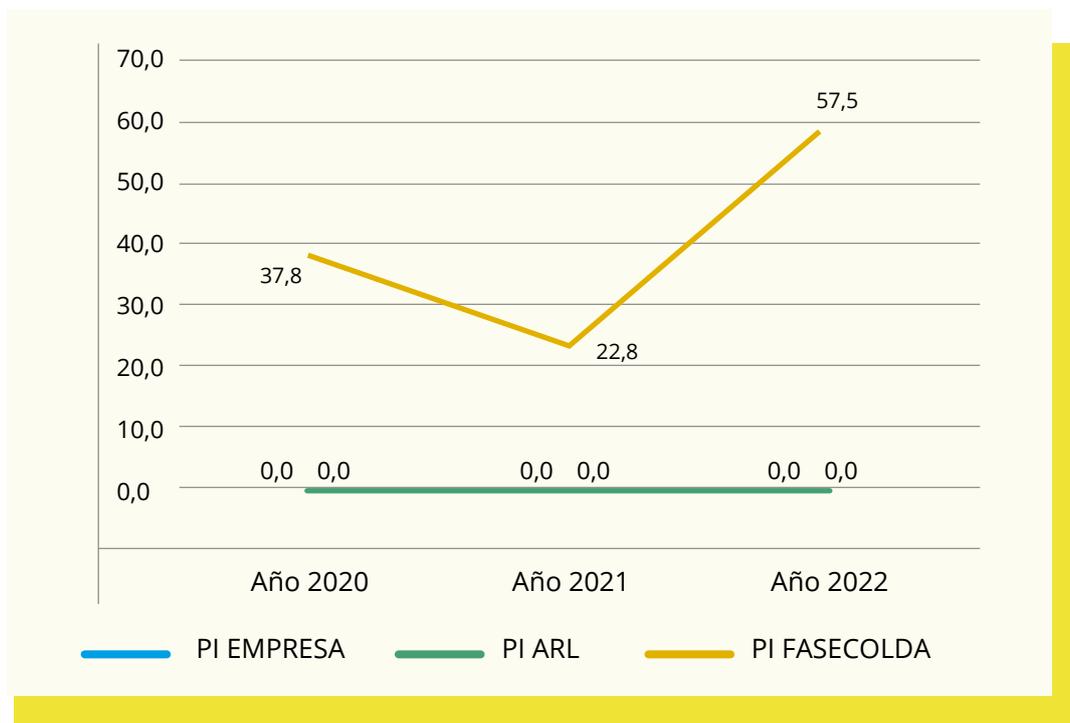
Fuente: ARL Bolívar

- **Enfermedad laboral**

Indicadores de la enfermedad laboral

Durante los últimos años no se han presentado casos de enfermedad laboral en la organización, lo que refleja la eficacia de las medidas de gestión del riesgo y de prevención de enfermedades adoptadas por la empresa.

Comparativo del PI empresas, vs el mercado y ARL - enfermedad laboral



Actividad económica 2642301 Empresas dedicadas a prestar servicios de transmisión de programas de radio y televisión. Línea azul RCN Radio.

PI (Porcentaje de incidencia): representa el número de accidentes ocurridos por cada 1000 personas expuestas. *Fuente: ARL Bolívar*

La gráfica representa un comparativo del comportamiento de las enfermedades laborales para los años 2020, 2021 y 2022, evidenciando que el porcentaje de accidentes ocurridos en RCN Radio está por debajo de la media de las empresas afiliadas a Seguros Bolívar y las empresas a nivel nacional dedicadas a prestar servicios de transmisión de programas de radio y televisión. *Fuente: ARL Bolívar*



- Validación estándares mínimos del SGSST resolución 0312 de 2019

Resultado de la validación en el año 2022 = 98%



De los factores evaluados se logra el máximo puntaje en recursos, gestión integral del SG SST, gestión de amenazas, gestión de peligros y riesgos, verificación del SG SST y mejoramiento.

Fuente: ARL Bolívar. En el 2021 el resultado de cumplimiento fue del 98%.



Premio INSPIRADORES DE TRANQUILIDAD

Premio en la categoría **ORO**, máximo nivel de reconocimiento, otorgado a RCN Radio por la ARL Bolívar al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo con resultados en accidentalidad para más de 1000 trabajadores.





3. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

El sistema de gestión ambiental de la Cadena tiene como propósito contribuir a los objetivos de sostenibilidad mediante la sensibilización, concientización y formación en la aplicación de buenas prácticas y el uso eficiente y racional de los recursos, específicamente en: energía, agua, residuos, combustibles, huella de carbono.

Nota: Para todos los consumos es necesario tener en cuenta que durante el año 2021 y hasta el mes de septiembre, el 80% de los trabajadores realizó su trabajo desde casa lo cual explica el aumento en el consumo en el año 2022.



Gestión del Agua:

	2021	2022	Diferencia
Bogotá	3096	3797	701
Ciudades	5496,5	8161,84	2665,14

Unidad de medida: metros cúbicos

Gestión de Energía:

	2021	2022	Diferencia
Nacional	14.045.614 Kw-hora/mes	14.217.785 Kw-hora/mes	Aumento de 937.534 Kw-hora/mes, Equivalente a un 1,23%.

El escenario para 2022 fue una tendencia a aumentar la actividad con motivo de una mejor situación post pandemia en la que se decidió recuperar niveles de potencia de algunas emisoras. El aumen-

to del consumo de energía fue apenas perceptible, además porque se adelantó en gran medida el cambio a luces LED en las torres de transmisión.

ACPM

	2021	2022	DIFERENCIA
Nacional	6.291 gl.	8109,1 gl.	Aumento de 1.818 gl.

Unidad de medida: galones (gl)

GASOLINA

	2021	2022	Diferencia
Nacional	19.361 gl.	20057,3 gl.	Aumento de 696,3 gl.

Unidad de medida: galones (gl)

RCN Radio está comprometido en la renovación de las flotas de vehículos por tecnologías eficientes con la gestión del combustible, donde a la fecha el 69% de los vehículos no supera los 10 años de servicio.

En la selección y/o compra de los vehículos es fundamental la gestión del combustible de esta manera se busca el mínimo consumo energético y mínimas emisiones, donde se tiene en cuenta las especificaciones técnicas de los carros, menor cilindraje, el tipo de combustible, etc.

En los factores que influyen al consumo de combustible están las siguientes:

- **Los conductores:** Desde la selección de los nuevos conductores buscamos personas con experiencia, una vez ingresado a la empresa reciben capacitaciones en cómo ahorrar combustible en la conducción.
- **Los vehículos:** Los carros están en mantenimientos preventivos y correctivos para evitar y controlar los aumentos de consumo de combustible, por ende, el aumento de emisiones contaminantes.

En cuanto al combustible para operación de las plantas durante 2022 fue de 17.050,66 galones

• Gestión integral de residuos:

TIPO	2021	2022	DIFERENCIA
Reciclables: papel, papel periódico, cartón, plástico, vidrio	5768	11700,26	5932,26
Peligrosos: pilas, RAES, biológicos	2333	2755,65	422,65
Especiales: madera, residuos de construcción, chatarra, tapas, otro	1125,55	1463,4	337,85
Ordinarios (dato Bogotá)		13588,77	

Unidad de medida kilogramos (kl)



Huella de carbono - determinación del alcance

Con un enfoque de control operacional y teniendo en cuenta las emisiones que se generan durante la ejecución de todas las actividades de la Cadena en sus 8 regionales (sedes y transmisores).

ALCANCE	EMISIÓN	DESCRIPCIÓN
	1 Directos	Consumo de combustibles: en vehículos propios y plantas de emergencia: ACPM y gasolina.
	2 Indirectos pro energía	Consumo de energía eléctrica: red nacional interconectada.
	3 Otras emisiones directas	Emisiones por consumo de papel: blanco y ecológico. Emisiones por generación de residuos sólidos: papel, papel periódico, cartón, plástico, vidrio, pilas, RAES, hospitalarios, peligrosos, especiales, orgánicos y ordinarios. Misiones por viajes de funcionarios: aéreos y terrestres.

Resultados 2022 según alcance:

	2022	
	Ton de Co2eq	%
Alcance 1	468,7	7,94
Alcance 2	5.416,97	92
Alcance 3	10,57	0,17

El factor de emisión permite cuantificar las toneladas de CO2 generadas en una industria según la actividad.

Las emisiones que se generan a partir de la operación de RCN Radio, en su mayor porcentaje son indirectas generadas por el consumo de energía. En este alcance se realizan y desarrollan alternativas para reducir el consumo.

• Mediciones de emisiones electromagnéticas no ionizantes

La Resolución 774 del 27 de diciembre 2018 de la Agencia Nacional del Espectro – ANE, define los límites de exposición de las personas a los campos electromagnéticos, reglamenta las condiciones que deben reunir las estaciones radioeléctricas para cumplirlos y dicta disposiciones relacionadas con el despliegue de antenas de radio-comunicaciones.

RCN Radio luego de la suspensión de los términos de medición por parte de la ANE a causa de la pandemia y del cambio en las condi-

ciones respecto a la posibilidad de tipificar emisoras, para reducir el número de mediciones a realizar, retomó el plan de mediciones y dio por terminado el proceso en el año 2021, midiendo y cumpliendo con los requisitos de la norma en la totalidad de estaciones a nivel nacional, en especial con los límites máximos de exposición de las personas a los campos electromagnéticos generados por estaciones radioeléctricas.

• Transmisores – emisiones

- La operación de los transmisores y demás actividades técnicas, en condiciones normales de funcionamiento, no emiten gases de efecto invernadero porque funcionamos con energía eléctrica y no se lleva a cabo ningún tipo de combustión en los equipos transmisores; en ese sentido no hacemos actividades orientadas a mitigar los gases, porque no los producimos.
- Es importante resaltar que la energía que consumimos está directamente relacionada con potencia de nuestras emisiones, las cuales son un parámetro esencial, requisito para ser concesionario de radiodifusión y vigilado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

• Consumo de aceites

- Se venía observando que los aceites lubricantes de las plantas eléctricas de respaldo algunas veces se cambiaban estando aún en buen estado debido a los pocos cortes de energía de algunos sitios.
- La recomendación de los fabricantes al respecto era cambiarlo a determinada cantidad de horas de trabajo, pero en una cantidad importante de sitios pasaba tiempo sin entrar en funcionamiento la planta por lo cual no se cumplía el requisito de horas de trabajo, entonces el aceite se cambiaba a los 18 meses estando aún en buen estado.
- Luego de consultar con los fabricantes sobre esta situación, se acordó que en estos casos se podía alargar el tiempo del cambio de aceite hasta a 24 meses sin arriesgar el funcionamiento normal de las plantas.
- A partir de noviembre de 2021 se puso esta medida en práctica, logrando este año una disminución de alrededor de 100 galones de aceite lubricante y filtros, que generan además de un costo adicional desechos luego de ser utilizados.



• Iniciativas de compensación y reducción de emisiones

- Reducción de emisiones
 - RCN Radio ha optado por medidas para la reducción del combustible como las siguientes:
 - Contar con un sistema de normas, formación, sensibilización y concientización de buenas prácticas y conducción eficiente.
 - Mantenimientos periódicos y oportunos a los vehículos según las instrucciones del fabricante.
 - Planificación de rutas y asignaciones, optando por la ruta más eficiente.
 - Utilización de llantas de baja resistencia a la rotación (fricción).
 - Modernización de la flota de los vehículos por una de menos cilindraje con tecnologías más eficientes, que conlleven a la reducción del consumo de combustible.
 - Se ejecutan proyectos de regeneración y cambio a energías más eficientes en sitios de mayor consumo, como el bombillo LED en transmisores.





MOVILIDAD SOSTENIBLE

- **Programa viajes verdes en:**

BICICLETA

En mayo de 2022 se creó el programa de movilidad sostenible, viajes verdes en bicicleta, con los objetivos de:

- Contribuir a la movilidad sostenible y disminución de huella de carbono mediante el préstamo de bicicleta.
- Aumentar el número de biciusuarios en RCN Radio Bogotá con una flota propia de 16 bicicletas compradas con el apoyo de Colsubsidio (retorno de la inversión).
- Las bicicletas se prestan a los trabajadores para su movilidad en sus recorridos casa-trabajo-casa y cercanías RCN Radio, con cumplimiento de condiciones de seguridad (Apoya la ARL Bolívar).
- Cada biciusuario que participa en el programa aporta sus propios elementos de protección personal y realizan un curso virtual de manejo defensivo en bicicleta, que incluye temas de rutas seguras.
- Las bicicletas fueron registradas ante el centro local de movilidad de la Alcaldía de Teusaquillo, las mismas se ubican internamente en el bicicletero de RCN Radio, Bogotá.



• Siembra de árboles

El 30 de diciembre de 2022 el Congreso de la República dio a conocer la Ley 2173 por medio de la cual se “promueve la restauración ecológica a través de la siembra de árboles y creación de bosques en el territorio nacional

Objetivo: estimular la conciencia ambiental al ciudadano, la responsabilidad civil ambiental a las empresas y el compromiso ambiental a los entes territoriales.

Para lo anterior se crean las áreas de vida” donde las empresas “deberán sembrar mínimo dos (2) árboles por cada uno de sus empleados.

A pesar de que esta ley no ha sido “sancionada” en RCN Radio la Meta fue **sembrar 2804** y se han sembrado **1760 árboles**.

Avance del 62,8%





- **Estrategias ambientales implementadas en el año 2022:**

ENERGÍA

- Desconectar equipos que no están en uso y evitar consumo fantasma.
- Realización de inspecciones periódicas a la infraestructura e identificación de acciones de mejora.
- Las estufas de cocina existentes funcionan con gas natural.
- En las sedes se ha implementado el uso de bombillos ahorradores o LED.
- Se ha estimulado el control de franjas horarias para el uso de aires acondicionados.
- En los transmisores, el uso de ventiladores en áreas de habitación tiene un funcionamiento únicamente de 45 minutos, cada 2 horas.
- Promoción de toma de conciencia y refuerzo mediante campañas de ahorro para los diferentes recursos.
- En horas nocturnas, se bajan los transmisores a media potencia, reduciendo el consumo de energía.
- En infraestructura física, cuando es posible, se prefiere la iluminación por luz natural.
- Seguimiento por la aplicación de herramienta informática de consumo de energía y por el business intelligence, por gerentes y proceso técnico.
- Al finalizar la jornada laboral administrativa, el personal de Departamento de Seguridad procede a realizar recorrido por la instalaciones apagando las luces que ya no son necesarias para el funcionamiento de RCN Radio.
- Evitar conexión de aparatos eléctricos personales que no corresponden o aportan al desempeño de su labor.

AGUA

- Realización de inspecciones periódicas y mantenimiento oportuno de grifos de agua y cisternas.
- Promoción de toma de conciencia y refuerzo mediante campañas de ahorro para los diferentes recursos.
- Progresivamente se han Instalado baterías sanitarias ahorradoras.
- Algunas sedes, hacen recolección y uso de aguas lluvias para actividades domésticas y de jardinería.
- Instalación de sensores de agua en baños para reducir el consumo.

ACPM

- Configuración de control automático del encendido de las plantas eléctricas para operarlas sólo cuando se requieran.
- Cumplimiento de los mantenimientos programados a las plantas eléctricas.
- El uso de plantas únicamente se activa cuando se presentan cortes de energía.

PROVEEDORES

El 90% de nuestros proveedores son empresas nacionales. De esta manera promovemos la industria local y buscamos que los mismos cumplan compromisos de:

- Política interna de proveedores.
- Seguridad social de sus trabajadores. Protección y cuidado del medioambiente.

Este cumplimiento se verifica mediante la evaluación y reevaluación de proveedores que se realiza todos los años.

Teniendo en cuenta que la esencia de nuestro negocio es la radiodifusión sonora, nuestros proveedores principales son las empresas de energía con quienes mantenemos un permanente contacto. En nuestras compras, en la medida de lo posible, preferimos opciones de proveedores que ofrezcan materiales reciclables y amigables con el medioambiente, en productos como vasos, papel y productos de aseo.

AÑO	PROVEEDORES	GRANDES		MEDIANOS		PEQUEÑOS	
		#	%	#	%	#	%
2022	1751	9	5	191	10.9	1551	88.6%



- **Sistema de seguridad de la información**

Con la implementación de la norma ISO 27001 se llevó a cabo la visita a los proveedores de alto impacto del área tecnológica que son relevantes para la continuidad del negocio. Estos fueron evaluados según los estándares de seguridad de la información y cumplimiento de los ANS (Acuerdos de Niveles de Servicios) ejecutado en el transcurso del año.

Estas reuniones se efectuaron con el representante de área de Seguridad de la información y/o Ciberseguridad de cada compañía (Cirion Technology, Software One, Vision Software). Finalmente, su calificación fue excelente en la ejecución y prestación de servicios, así mismo, informar que estas compañías cuentan con su certificación en la norma ISO 27001.

- **Sistema de Gestión de Seguridad de la información**

Durante el año 2022 y parte del 2023 se implementó y certificó con ICONTEC el sistema de gestión de seguridad de la información bajo los estándares de la norma ISO 27001, con los objetivos de asegurar buenas prácticas para:

- Garantizar la continuidad del negocio.
- Proteger datos e información de hurtos, robos, sabotajes, vandalismo, terrorismo, errores.
- Mantener la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.
- Gestionar, proteger y salvaguardar la gestión del conocimiento.



RCNRADIO





SOMOS ENERGÍA LIMPIA

Comprometidos con el medioambiente

Este año y con logros del 2022, recibimos una certificación para la ciudad de Bogotá por el uso de energía limpia en transmisores, es decir de fuentes renovables que no producen emisiones de carbono.

Nuestro proveedor de energía para transmisores en Bogotá es Enel, y el certificado lo otorga **THE INTERNATIONAL REC STANDARD**.



Esta declaración de redención ha sido preparada para

RADIO CADENA NACIONAL S.A.S.

por

EDEL COLOMBIA S.A E.S.P

confirmando la redención de

2 403.738000

Certificados I-REC, que representan 2 403.738000 MWh de electricidad generada a partir de fuentes renovables

Esta declaración se refiere a la electricidad consumida en

En las fronteras del Mercado No Regulado Colombia

en el período informado

2022-01-01 to 2022-12-31

El propósito declarado es

Certificación energía medida en las fronteras de Código SIC Frt08453, Frt03882, Frt11899, Frt03992 y Frt21079



Verificación de código QR
Verifique este documento escaneando el código QR a la izquierda e ingresando el código de verificación a continuación
Código de verificación

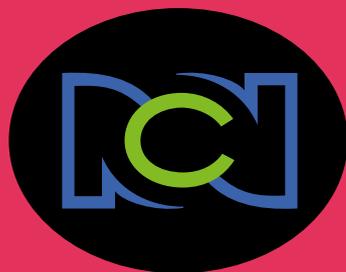
7 5 2 4 4 3 0 6

<https://api.evident.app/public/certificates/en/>

ZvBuKYjRiK7iqG4nZrozecZw%2F2rYgYhDX8UjSi6IR%2BGDBcZjSycZL8St%2BHe10I

9

**CUENTOS
Y CRÓNICAS
RCN RADIO**



RCNRADIO







CUENTOS

Niño Dios

Juli no me quiero ir, sino tenemos casa ¿el niño Dios dónde nos va dejar los regalos? cómo nos va encontrar si nos vamos. Qué bobo él siempre sabe encontrarnos, además como dijo mi mamá si nos quedamos nos podemos morir todos ahogados, no ve que se viene toda esa agua encima, corramos que mamá nos está esperando en el pueblo y nos va a dejar el bus.

Niños móntense ya que vamos a arrancar le dijo el ayudante a Juliana y Juan José; -No señor estamos esperando a mi mamá.

- ¿Cómo así, y dónde están sus papás pues?

- Mi mamá fue a buscar una plata prestada donde doña Carmen y mi papá ya lo mataron.

- Yo no sé, este es el último bus y se viene esa represa y se los arrastra, móntense que se encuentran en Medellín, además ella ya debe estar por allá esperándolos.

Juliana yo no quiero caminar más, tengo mucha hambre y me duelen los pies.

- Juanjo deje de ser chillón mijito, vamos a subir por la calle de los alumbrados, esa señora de la panadería siempre nos regala algo, además sino vendemos estos dulces el de la camisa de calavera nos vuelve a pegar.

Mira ese carro tan vacano, se lo voy a pedir al niño Dios, y mira esa Barbie tan linda, pídasela al niño Dios también, ojalá este año sí nos encuentre.

- Bueno tiene que portarse bien y hacerme caso para que nos los traiga.

- Juli y ¿cuándo nos vamos a ver con mi mamá?

- Tenemos que pedirle a la virgencita ella nos hace el milagro, mientras tanto nos tenemos el uno al otro.

Bienvenidos niños, dijo la señora elegante, bueno este es un lugar temporal donde los cuidaremos, ya hicimos todas las alertas y estamos buscando a su mamá, mañana también publicaremos sus fotografías en





CATEGORIA # 1
Medellín

STIVEN MUÑOZ GALEANO
Grado: 2° primaria

Hijo de Mónica Bibiana Galeano
Molina, Servicios generales

nuestro canal, para que su mami los vea y regrese muy pronto, con nosotros estarán a salvo y nadie les volverá a hacer daño.

Este es un niño hermoso de tan solo 6 años de edad, se extravió junto con su hermana y su madre continúa desaparecida, el proceso de adopción podemos iniciarlo de inmediato. Fabuloso.

Juanjo debemos escapar, quieren separarnos y nunca más nos volveremos a ver.

- Pero la señora Gladis me dijo que era muy obediente y juicioso, que el Niño Dios me daría el mejor regalo y una familia. Mamá ya nos olvidó.

Mientras tanto Sandra regresaba a Valdivia, desesperanzada de no encontrar a sus dos únicos amores.

- ¿Cómo le fue hija, qué le dijeron?

- Ayyyy doña Carmen desesperada, esa ciudad es muy grande y ya no sé dónde más buscar, ya pedí ayuda en todos los lugares posibles y nadie me da respuesta de mis niñitos. Pero nunca me daré por vencida, yo sé que Diosito nos va a hacer el milagro para esta navidad.

Mira, mira la televisión esos no son Juliana y Juan José, vamos a avisarle a Sandra que los encontramos.

Hijos me siento feliz y agradecida con Dios de que estén a salvo, estemos de nuevo juntos en nuestro hogar, nunca más nos separaremos y viviremos siempre unidos.

- Mamá ¿y esos regalos qué son?

- Son suyos, el Niño Dios se los dejaba cada año.

FIN





LAS VOCES EN LAS PAREDES

Eugenio se encontraba durmiendo en su cuarto. Su cabeza reposaba debajo de la almohada como era habitual. La frescura de las sábanas se reflejaba en su apacible rostro. Sus pies colgaban fuera de la cama ayudándole a refrescar su cuerpo ante el suave calor del verano de ese viernes trece de enero. La Luna se había escondido temprano y la oscuridad reinaba en la noche.

A las 2:05 de la mañana, una voz, que parecía salir de las paredes, lo llamó por su nombre:

—¡Eugenio! ¡Eugenio! —Insistió varias veces.

Con los párpados pegados y esa sensación de no poder abrir los ojos como cuando uno quiere despertarse antes de tiempo, Eugenio, intentó —sin éxito— averiguar quién lo llamaba y de dónde provenía aquella voz

apenas conocida, profunda, escasamente perceptible.

Probó sobre su mesita de luz queriendo encender el velador. Lo único que consiguió fue tirar, al piso, un bollo de papeles, su celular nuevo, un llavero y un vaso de vidrio vacío, que había dejado allí antes de acostarse. Por suerte, la alfombra de la pieza amortiguó el ruido y evitó una tragedia.

Viendo que no lograba nada, cejó en su intento. Intrigado, y un poco molesto, optó por responder a quien le hablaba:

—¿Quién anda ahí? ¿Papá, eres tú? ¿Pasa algo malo? ¿Qué hora es? La voz no se hizo esperar:

—¡Eugenio! ¡Soy yo! Tu hermano. Pablo.

—¡Pablo! Pero... ¡si tú estás muerto! ¿Estoy soñando todavía? ¿O es alguna clase de broma? ¡Vamos que no estoy

para eso a estas horas de la madrugada! ¿Qué hora es?

—Son casi las dos y diez de la mañana —le respondió quien decía ser su hermano—.

—¡Prevenirme? ¿De qué?

Eugenio, por fin despierto, buscó de nuevo; encontró la llave del velador y lo encendió. Miró hacia todos lados. No había nadie más que él en ese cuarto. Así y todo, la voz seguía hablándole desde detrás de las paredes.

—No tengo tiempo para demasiadas explicaciones —le dijo el supuesto Pablo—.

Estás en peligro. Necesito que vayas al cementerio donde estoy enterrado, abras mi tumba y quites de mi féretro el objeto que el cura acomodó entre mis brazos.





CATEGORIA # 2
Villavicencio

DIEGO ALEJANDRO VERA MORATO
Grado: 10° bachillerato

Sobrino de Lizeth Milady Parra
Morato, Disc jockey

Eugenio no terminaba de convencerse; por lo que le respondió:

—¿Tienes idea de lo que me estás pidiendo? No me imagino cavando una tumba; mucho menos, de noche; menos aún la de mi hermano. ¿Y cuánto crees que me pueda llevar hacerlo? No creo que sea tan fácil...

—No tienes que preocuparte por eso. La tierra está blanda.

No te llevará mucho. Toma las herramientas de papá (las que guarda en la cochera): una barreta, un pico y una pala de punta. Con eso debería ser suficiente. Pero, por favor, ¡apúrate!

— ...voy a tratar. Aunque todavía no entiendo qué sucede. ¿Cómo puedo confiar que, de verdad, eres tú?

—¿Recuerdas las travesuras que hacíamos de chicos? ¿Esa vez que le rompimos la ventana a Doña Sánchez y dijimos que habían sido otros niños para que no nos retaran? ¿O cuando nos tiramos al lago, en pleno otoño, y casi te ahogas? Por poco no respirabas cuando te saqué. Me asusté mucho. Encendimos una fogata para poder secar nuestras ropas para que los viejos no se dieran cuenta de lo que había pasado. ¿Te acuerdas, Eugenio?

—Es verdad —recordó Eugenio—. Nunca le contamos a nadie. Está bien, haré lo que me dices, aunque no deja de darme un poco de miedo todo esto. ¿Me dirás luego qué pasa y sobre qué quieres advertirme?

—¡Claro que sí! Pero primero, ven cuanto antes al cementerio. Si no, podría ser muy tarde...

Convencido de que debía hacer lo que le pedía Eugenio se dirigió a la planta baja de su casa, sacó las herramientas del garaje, las cargó en la camioneta de su padre, abrió el portón tratando de no hacer mucho ruido y se marchó de allí en el vehículo. Llegó lo más rápido que pudo adonde estaba enterrado su hermano.

El sitio le daba un poco de pavor, un sudor frío comenzó a mojarle la frente y la espalda. Las puertas del cementerio estaban abiertas. Entró con la camioneta y la estacionó frente a la tumba que conocía muy bien. Dejó las luces encendidas para poder iluminarse.

Consciente de que el tiempo jugaba en su contra —o eso pensaba—, tomó el pico y la pala, y comenzó a cavar. En efecto, la tierra estaba blanda.

Al cabo de media hora tuvo noción de lo que significaba estar seis pies bajo tierra: “un metro ochenta es mucho”, reflexionó. Recién había avanzado apenas unos treinta centímetros.

Como a eso de las cinco de la mañana se topó con el cajón. Cavó un poco a su alrededor y, cuando vio que asomaban los bordes de la tapa, se detuvo. Buscó la barreta en la camioneta y la usó para abrir el féretro. Los clavos enmohecidos y oxidados crujieron ante el esfuerzo. El ruido que hicieron aquellos mortuorios objetos heló su sangre y erizó hasta el

último de sus cabellos: era el quejido de un alma en pena, y no el ceder de la tapa ante la fuerza de la palanca, lo que se escuchaba. Un búho alzó vuelo desde la rama de un árbol cercano y se perdió a lo lejos.

Eugenio temblaba. Podía escuchar el latido de su corazón y cómo se aceleraban sus palpitations. “No pasa nada”, se dijo a sí mismo intentando apaciguarse. Se arrodilló junto al ataúd, abrió la tapa y la apartó a un lado. Allí estaba, su hermano Pablo, tan muerto como la última vez que lo había visto en la funeraria; sólo que más flaco, y cadavérico. Los ojos hundidos en sus cuencas. Las manos huesudas. El olor a putrefacción, insoportable; aunque a Eugenio no le importaba. Recordó a lo que había ido allí, y quitó la cruz de plata de entre las manos de Pablo.

Todavía arrodillado, miró fijamente la cruz, y miró nuevamente al cadáver. Era muy distinto de cómo lo recordaba en vida. La barba estaba crecida, al igual que el pelo y las uñas. El color de la piel no era el de una persona viva.

Mientras lo observaba, los ojos de su hermano se abrieron inmensamente, devolviéndole la mirada.

—¡Gracias! —le dijo la voz que, ahora, nacía de detrás de la pared de tierra de aquella fosa recién excavada, y no de la garganta de Pablo.

Antes de terminar de decirlo, el muerto se irguió a medias y abrazó a Eugenio con todas sus fuerzas para no soltarlo; atrayéndolo



contra sí, buscando acostarlo contra él. El corazón le palpitaba a Eugenio como nunca; intentó zafarse pero no pudo. Se ahogaba contra el pecho de su hermano. La vida escapaba de su cuerpo sin poder evitarlo. Un pensamiento horrible cruzó por su cabeza: “¡Voy a morir!”, deseaba gritarle a alguien; pero su boca estaba apretada contra la camisa raída. Alcanzó a ver cómo los gusanos escapaban por un hueco en el cuello de aquellos restos humanos. La idea le pareció espantosa. Las palpitations se aceleraron y devino un infarto, ¿o fue porque ya no podía respirar? Como sea. Muerto, él también.

Un temblor, surgido del mismo infierno, sacudió la comarca entera. La tierra recién cavada cayó sobre la tumba hasta sellarla por completo. Ambos, Eugenio y Pablo, tragados hacia las profundidades de lo eterno, de la muerte sin retorno. Despuntó el alba y hubo paz en el cementerio.

Nadie en el pueblo supo, realmente, lo que pasó aquella noche. Algunos de los que vivían allí solían murmurar por lo bajo que no es cierto que no haya que temerles a los muertos; muy por el contrario, son capaces de cualquier cosa con tal de no yacer solos en sus tumbas. Sin compañía, su descanso no puede ser eterno.

Un consejo: Si los muertos te llaman en la noche, ¡no les haga caso!



CATEGORIA # 3
Villavicencio

LAURA CAMILA JIMÉNEZ
Grado: 10° semestre

Hija de John Gerli Jiménez Torres,
Disc jockey

Gort, y su viaje sin regreso

Voy a contarles la historia de un pequeño y diminuto extraterrestre, a quien lo llamaremos Gort.

Gort, estaba muy aburrido de vivir en Kleper, un planeta árido y muy silencioso perdido en el universo a unos 100 años luz de la tierra. Cada día era igual que el anterior y la verdad ya no lo soportaba más.

Entre que son pocos en este planeta y no hay nada interesante que hacer, Gort mantenía muy aburrido en su planeta.

Nuestro amigo Gort acababa de cumplir doscientos años y dado que su esperanza de vida era milenaria, todavía se veía a sí mismo como un tipo muy joven con muchas ganas de disfrutar y cumplir algunos deseos pendientes.

Creo que salir de la rutina y conocer sitios nuevos me vendrá muy bien ...dijo Gort y ha llegado el momento de concederme un capricho y lanzarme a la aventura!...

¡Dicho y hecho! Si algo le apetecía con locura a nuestro amigo Gort era ver mundo, o mejor dicho, otros mundos.

En el planeta donde vivía Gort llamado Kleper no había estaciones del año ni nada parecido, pero sus habitantes sabían que cuando la luz del amanecer era anaranjada se daban las condiciones perfectas para volar por el es-

pacio. Por esa razón, Gort aguardó la llegada de una mañana color salmón para cargar a tope la batería de su nave último modelo y salir a investigar fuera de los límites conocidos.

Al fin voy a realizar el viaje sideral que tantas veces he soñado. ¡Qué emoción! Dijo nuestro amigo Gort.

Los extraterrestres no necesitan traje de astronauta para volar y mucho menos un casco que aplaste sus delicadas antenitas verdes, así que Gort solo tuvo que ponerse unas gafas especiales para poder ver con claridad y pilotear su gran nave espacial...

Ya estoy listo para partir. ¡Adiós, planeta Kleper!, dijo con felicidad Gort.

Entró en su moderno platillo volante, color rojo, cerró la escotilla, se sentó frente a la complicada pantalla de mandos, y apretó un botón cuadrado que le puso en órbita en un santiamén.

Tres... Dos... Uno... ¡Nos fuimos!

¡Gort estaba tan entusiasmado en recorrer la galaxia a velocidad supersónica no era cosa que uno pudiera hacer todos los días; pero además, tenía otra gran motivación: quería ser el primero de su especie en alcanzar todo el sistema solar.



Gort fue pasando por delante de los planetas más importantes y vio que no llegaban a la decena. Tras un buen rato observándolos detenidamente, tuvo que admitir que se sentía muy decepcionado, pues excepto uno que tenía un enorme anillo alrededor, todos le parecieron más o menos iguales.

¡Vaya, no es lo que yo me esperaba! Veo un planeta rojo, otro cubierto de cráteres, aquel pequeño donde debe hacer un frío terrible... ¡Aunque parezca mentira, ninguno es mejor que el mío! Ya comienzo a extrañar a Kleper y Gort empezó a plantearse en dar media vuelta.

Nada por aquí, nada por allá... Si hubiera sabido no me muevo de casa. ¡Ni siquiera veo una estación de hidrógeno líquido donde repostar!

Nuestro amigo Alim se dio cuenta de que su andanza interestelar estaba a punto de finalizar...

Iba a girar los mandos de su nave cuando de repente, al fondo a la derecha, divisó una enorme esfera que se destacaba entre las demás.

Pero... ¿qué es eso?!

Alim para asegurarse bien de que no se trataba de un efecto óptico, achinó sus grandes ojos saltones.

Yo diría que se trata de un planeta, pero un planeta muy raro porque tiene más colores que el resto de sus vecinos.



Gort estaba tan intrigado que pisó el acelerador y se aproximó para verlo mejor. Como la mitad del planeta estaba a oscuras se situó frente a la zona iluminada por el sol, a una distancia adecuada para poder mirar bien.

¡Vaya, qué interesante! Distingo zonas montañosas casi desérticas, pero también grandes áreas verdes cubriendo la superficie. Y esas extensiones azules... ¿serán océanos?

Gort estaba absolutamente fascinado.

Aunque es arriesgado, si no bajo a explorar me arrepentiré toda la vida.

Eligió un punto al azar e inició la maniobra de descenso. En cuanto aterrizó apagó el motor de su nave, se quitó las gafas, abrió la escotilla, y antes de salir asomó la cabeza para comprobar si la zona era peligrosa.

Mis antenas no detectan ni señales extrañas ni la presencia de posibles enemigos. ¡Vamos allá!

Gort abandonó la nave de un gran salto y quedó maravillado al comprobar que, bajo un cielo azul salpicado de nubes, se extendía una maravillosa y exótica playa tropical. Acababa de llegar al planeta Tierra...

¡Ay mi madre!... Esto sí es un verdadero paraíso...

Durante unos minutos no pudo ni moverse, sobrecogido como estaba por tanta belleza. Cuando pudo reaccionar, dejó atrás la nave y comenzó a dar pasitos cortos en dirección

al mar. ¡No te puedes imaginar el placer que le produjo caminar sobre la arena blanca templada por el sol y respirar aire fresco con aroma a sal!

Es el lugar más hermoso que he visto en tres siglos de vida, exclamó Gort.

A diferencia de la Tierra, donde reina la naturaleza, en Kleper su planeta no existen los seres vivos, ni los animales ni las plantas, y por eso sus únicos habitantes, los extraterrestres, se alimentan a base de productos sintéticos que ellos mismos fabrican con restos de basura espacial.

Para el hambriento Alim era urgente encontrar alguna pieza industrial que llevarse a la boca.

Algo tiene que haber que sirva para activar mis circuitos... ¡Con un par de tornillos o un trozo de papel de aluminio me conformo!

Necesito reponer fuerzas o mi sistema eléctrico interno se desconectará para siempre.

Gort Volvió a la playa casi arrastrándose, y al pobre le entraron muchas ganas de llorar.

Si no encuentro algo antes de que anochezca, empezaré a echar humo por las orejas y me apagaré sin remedio, exclamó el pobre Gort.

De repente, una ola rompió contra la orilla y lanzó una vieja botella de plástico a sus pies. ¡¿Qué ven mis ojos?! Pero si es comida... ¡y de la buena!

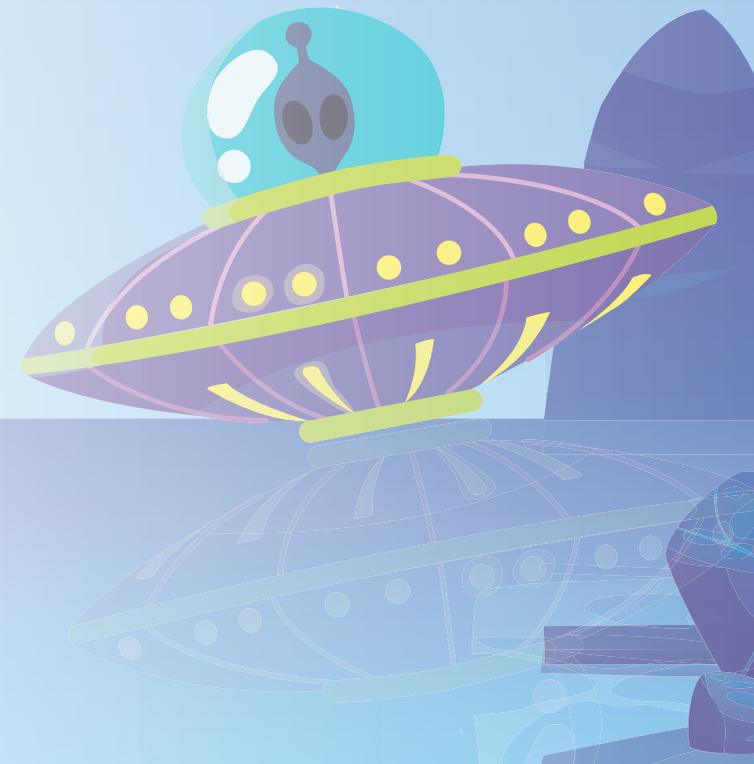
Cogió el recipiente antes de que el mar lo devolviese a las profundidades y empezó a salivar.

¡Qué suerte la mía! ¡Menudo manjar! Alim echó la cabeza hacia atrás, metió la botella en la boca, la trituró con sus potentes mandíbulas alienígenas, y se la comió.

¡Oh, sí, estaba deliciosa!

El extraterrestre notó cómo se reactivaba la corriente en el interior de sus cables conectores.

Gracias a este aperitivo me siento un poco mejor. Voy a ver si hay más.





Gort se adentró en el mar y vio que el fondo estaba plagado de botellas de detergente vacías, latas oxidadas, trozos de cristales, y muchos otros artículos contaminantes que seres humanos sin escrúpulos habían tirado al agua. Esos desperdicios, llegados de lugares supuestamente civilizados a través de las corrientes marinas, eran para nuestro amigo Gort auténticos alimentos 'gourmet'.

Estos plásticos, neumáticos y objetos de lata son dignos de un banquete de lujo. Decidido: ¡me quedo en este planeta para siempre!

Desde ese lejano día, el pequeño y curioso extraterrestre Gort habita entre nosotros, y aunque él no lo sabe porque nadie se lo ha contado,

cada vez que come está haciendo un gran favor al medio ambiente. De hecho, hay quien sospecha que, gracias a esa 'labor de mantenimiento', el rincón en el que vive es uno de los más limpios y hermosos que existen en nuestro querido planeta Tierra.

¿Te gustaría saber cuál es? Pues la verdad no lo sé, pero te sugiero que si alguna vez tienes la oportunidad de visitar una playa solitaria, de esas que parecen de película, te fijas muy bien en sus aguas cuando vayas a bañarte. Si son cristalinas y casi no tienen desperdicios, mira a tu alrededor por si ves algún alienígena verde durmiendo la siesta bajo el brillante sol.





CATEGORIA # 4
Cúcuta

**CARLOS ALBERTO
SUÁREZ APARICIO**
Comentarista deportivo

URANIA

Cinco meses después del año de la peste, Celestino Fernández estaba de vuelta en la vieja sala de redacción del matutino. Caya Durán lo sintió atravesar la galería colmada de escritorios, rumbo a la hilera de diminutas oficinas, pero desde hacía años, mantenía la sana costumbre de ignorar al resto de la humanidad mientras trabajaba. A esa hora estaba corrigiendo un texto sobre una huelga de camioneros y apenas percibió que alguien ingresaba al último despacho. Desde aquel día y gracias al sentido sobrenatural que atribuía a su abuela materna, sintió en carne propia el peso de una mirada de hielo que la espiaba y cuyo origen le costó identificar durante largo tiempo.

Ya lo peor de la pandemia había pasado, sin embargo, en algunos lugares cerrados, se mantenía la exigencia del tapabocas por prudencia elemental, pues la mayoría de los mortales ya le habían perdido el miedo al virus, a pesar de que aún llegaban reportes de algunos rebotes en tierras lejanas donde se suponía superada la emergencia.

El mundo había cambiado tanto, que el golpe del encierro feroz había revivido algunas costumbres en desuso. Celestino Fernández notó la transformación de los hábitos humanos en la prudencia extrema de quienes nue-





De vamente empezaban a socializar, evitando los abrazos y los apretos de manos, aunque lo que más lo desconcertó, fue la desaforada dependencia de las redes sociales de seres que se gastaban días enteros en el mismo oficio.

La existencia se simplificó de tal modo, incluso para solucionar las necesidades humanas menos apremiantes, pues a partir de esas épocas, desde los propios hogares, era factible adquirir desde una aguja, hasta el pajar para extraviarla, y el ocio, que tantos sacrificios demandó a la humanidad llenarlo, concentró todos sus empeños en el escaso tamaño de los aparatos celulares.

A pesar de las circunstancias Celestino Fernández nunca se resignó y sus costumbres de animal senil, se preservaron intactas como un patrimonio heroico que defendió con valentía.

Fue por esos días aciagos, en los que adoptó la buena costumbre de caminar durante horas, a pesar de no tener un rumbo establecido, ya que el encierro de la peste estuvo a punto de volverlo loco.

Dieciséis y seis días antes del confinamiento obligado estaba a punto de culminar su tercer encargo

literario, pero la precipitud de los acontecimientos lo persuadieron de tal modo, que optó por aplazar el final esperado, y los noventa y tres días de reclusión inclemente, fueron suficientes para no solo dejar la obra inconclusa, pues tras una semana de insomnio exasperante, con días grises de eternas lluvias, fueron la excusa final para mandar a la basura lo que había escrito, porque ya consideraba su relato de una simpleza alarmante, comparada con la tragedia que estaba viviendo el mundo.

Celestino Fernández sabía lo que ocurría, pero se negó a aceptarlo con la dignidad que le otorgaban sus cincuenta y nueve años de edad. Lola Carriedo su confidente mayor y agente literaria, le repetía de todas las formas posibles que las musas se le habían extraviado en el confinamiento, pero por orgullo u obstinación, o quizás gracias a esos defectos, Celestino Fernández se negó siempre a creer en musas y en inspiraciones siderales, porque estaba convencido que escribía más por razones pragmáticas que místicas.

Por esos días en que el fastidio se le hizo insostenible, se animó a llamar a Aníbal Garza para rogarle el favor de permitirle volver a la redacción. Estaba convencido que

sería la herramienta más adecuada para ayudarlo a aclarar el embrollo de sus pensamientos ofuscados. El director no tuvo reparos y por el contrario, lo animó a retomar las "Crónicas Marcianas" que tantos reconocimientos le habían otorgado durante dos décadas.

- Si algo le hace falta a este periodismo decadente de hoy, es una pluma que haga brotar el agua en este desierto. Dijo con ironía.

Después del retiro concertado, Celestino Fernández solo había publicado en el periódico una docena de columnas sueltas sobre alguna novedad relevante de la que le habían pedido opinar.

Se había marchado por razones fundamentadas en la honradez profesional, pues se negaba a cobrar un salario sabiendo que escribía para su beneficio y no para el medio.

-Cuando quieras volver te vienes a tu «cuchitril» y ya.- Le había dicho Aníbal Garza con una sonrisa sincera. Y así lo hizo.

Aunque antes de volver, sus obligaciones de escritor sin cuartel, lo habían hecho atravesar un desierto de exasperación sin medidas, al punto de intentar justificar sus



incumplimientos con excusas infundadas. La primera fue el cansancio mental. Con los días adujo razones de salud fundamentadas en dolores imaginarios que nunca pudo demostrar, y por último, ante los ruegos desesperados de Lola Carriedo reclamando razones convincentes, se inventó un viaje que nunca hizo, y que lo mantuvo encerrado en sus paredes como en las horas más pavorosas de la pandemia.

Simplemente no le brotaban las palabras. La hoja en blanco de su computadora vieja, un terror común de los escritores, que nunca había padecido, ni siquiera en las épocas primitivas de la máquina de escribir, se transformó en un castigo insoportable y entre las interminables horas de la luz natural del día y las oscuras noches de insomnio sin término, se le fue una temporada que no aprovechó y que alimentó el tedio de su propia existencia.

El día que retornó a su desgastada oficina, que en su ausencia prolongada apenas fue abierta para asearla, encontró los mismos papeles desordenados en su clásico escritorio de caoba, en el que permanecía encendida la lámpara americana de cubierta verde que tanta falta le hizo en la reclusión de la pandemia. Repasó uno a uno sus libros de cabecera, acomodados en una pequeña biblioteca que mantuvo como prenda de fidelidad al periódico.

En sus manos repasaba de pie un fragmento del Ulises de James Joyce, mientras bebía un café cargado a sorbos espaciados y sin

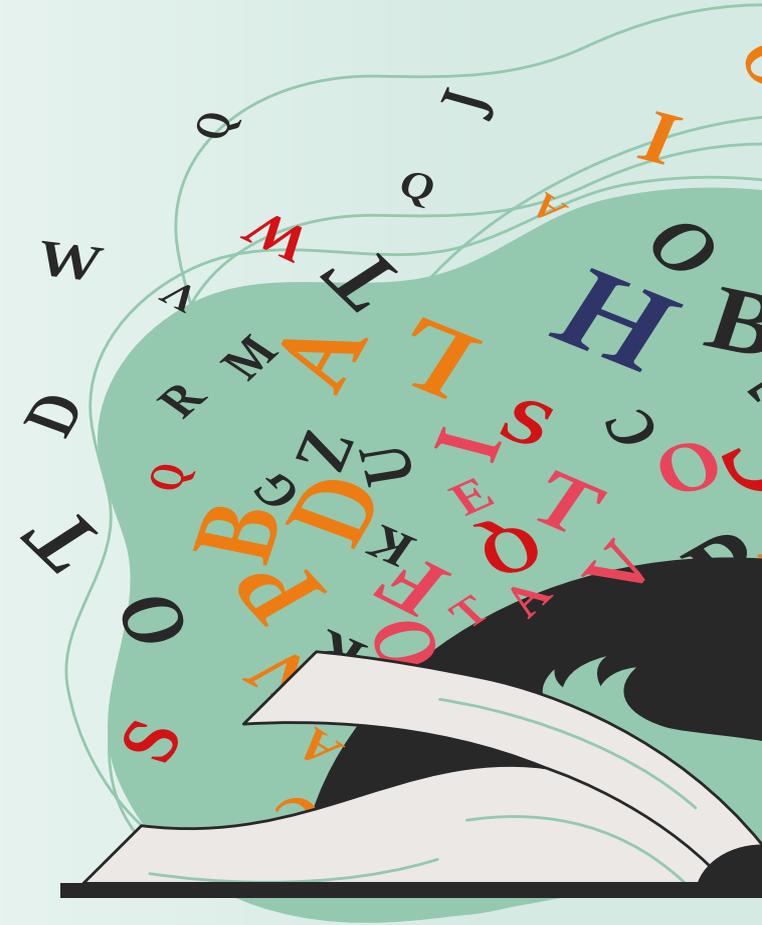
precisar alguna razón concreta empezó a observar sin pausas a Caya Durán a través de los cristales gruesos de la ventana de madera que separaba su «cuchitril» de la sala de redacción.

Caya Durán conservaba el aire de altivez de sus mejores años, y a sus cincuenta y tres, aún sus ojos brillaban con la intensidad de una pasión inagotable por vivir. Tenía una hermosa cabellera plateada, el perfil definido y las manos firmes que tanto le habían servido para sobrellevar las batallas que le ayudaron a solventar su existencia. Su rostro develaba las líneas justificadas de su edad madura, y su cuerpo de carnes firmes, mantenía intactas las evidencias de la buena salud.

A Celestino Fernández le pareció más interesante que incluso en sus años mozos, de los que apenas tenía noción, y desde esa hora empezó a hacer memoria de cómo la había conocido, y cómo había transcurrido un hilo de amistad de años, apenas sustentado por ser colegas de oficio, sin haber llegado nunca a establecer un lazo más entrañable.

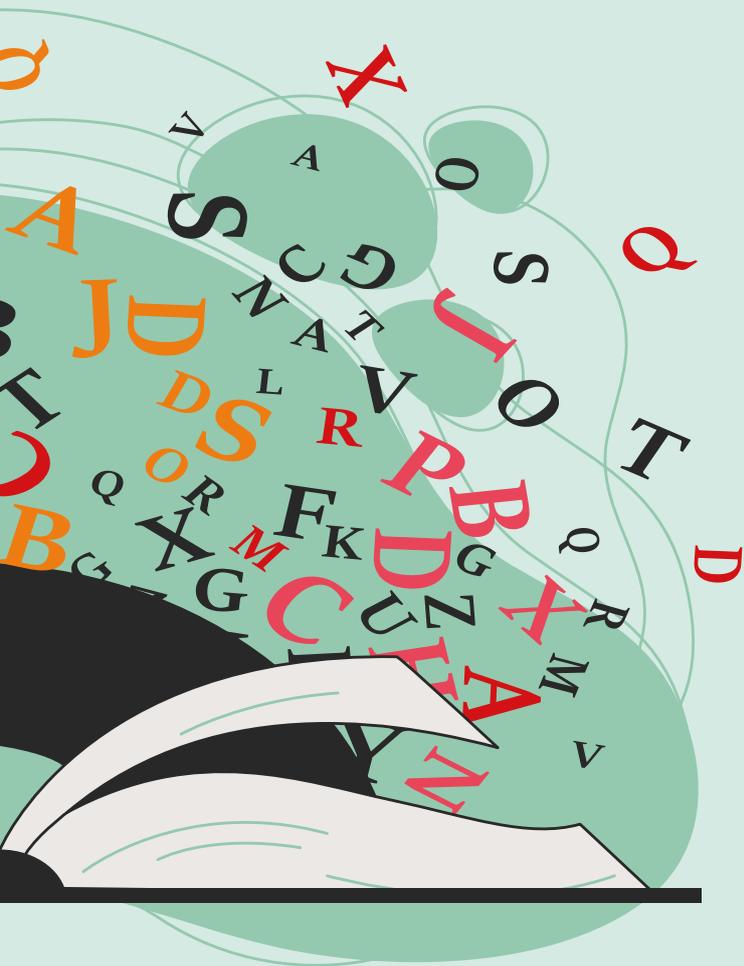
La conocía lo suficiente, y conocía su historia de luchas sin cuartel por una superación personal lograda a pulso.

Admiraba su tenacidad y su impecable calidad profesional. La había visto hacerse camino en una labor machista en la que había logrado una notoriedad caracterizada por la pasión y la disciplina, y por una personalidad inescrutable, de amabilidad extrema,



pero de sonrisas apenas justificadas para sus más cercanos.

Celestino Fernández cayó en cuenta que le había gustado siempre, pero su personalidad retraída y sus veintidós años de relación con María Celeste Zabala, jamás le permitieron ir más allá de los saludos formales. Desde aquel día se acercó a ella, procurando las excusas más justificadas que pudo encontrar. La redacción completa, incluyen-



do los pasantes, se reunían en torno al enjambre de las mesas de trabajo en la pausa de las cuatro de la tarde para compartir algún refrigerio y el infaltable café de la hora, vaciando una añeja cafetera metálica que mantenía encendida durante toda la jornada de trabajo.

El diálogo matizado por las novedades de la última hora previa al cierre de la emisión, dejaba espacio para un anecdotario profu-

so, alimentado por narraciones inverosímiles que hacían que el lugar, se pareciera más al aula de una escuela de periodismo que a la sala de redacción de un matutino. La calle era el combustible que mantenía viva la llama de la información, y sin ser consciente al principio, pero complacido y con ánimos renovados, Celestino Fernández entendió con los días, que la llama inagotable de Caya Durán, le estaban imprimiendo un vigor inesperado a sus esfuerzos estériles por alguna creación literaria.

Permanecían solos en la redacción por largo tiempo, y tuvieron tiempo para contarse hasta los detalles más ínfimos de vidas paralelas atravesadas por el oficio irresistible de redactar sin pausas.

De esta forma Celestino Fernández se había enterado de las razones por las que ella se había decantado por una soledad ineludible, después de veintitrés años de unión marital fallida y dos hijos, por los que había apostado sus mejores esfuerzos. Ella por su parte se enteró de los pormenores por los que María Celeste Zabala, lo había abandonado por el carnicero del supermercado del barrio donde convivieron por veintisiete años. Él se lo contó como lo contaba siempre a sus más íntimos, resumiendo el hecho en una frase con una dosis de humor cargada de ironía.

-Me dejó por un cuchillo más afilado. Decía sin dramatismos.

Con el paso de los meses, estuvo a punto de confesarle a Caya Durán la irresistible atrac-

ción que sentía por ella, pero sus esfuerzos se apagaron en el baño de su casa una mañana, en la que se miró al espejo y observó un abuelo desamparado y con el corazón acelerado. Se sintió avergonzado y tomó la decisión de ocultar algo que sin embargo ya era inocultable.

Fue desde aquellos días, en que escribió sin pausas con un entusiasmo y una energía que Lola Carriedo no recordaba. Produjo en serie tres novelas y un libro de cuentos.

Decidió entonces escribirle un mamotreto de seis folios a Caya Durán para reconocerle que era su inspiración, y que en la inminencia de sus sesenta años se sentía enamorado. Que jamás abandonaría su oficina mientras ella permaneciera en su escritorio. Que para él no era Caya, sino Urania y que escribiría en adelante por ella. Que sus pulmones respiraban nuevamente el aire fresco de sus mejores días gracias a ella.

Le confesó que se sentía feliz sabiendo que ella existía y estaba cerca. Que la admiraba y que en las ilusiones estériles de su corazón añejo, sería suya para siempre, porque nada ni nadie le impediría que él le entregara su alma en cada párrafo que escribiera.

En los días en que más necesita ánimo, ella repasa los folios que guarda en la gaveta del escritorio sobre el que reposa la placa de metal sobre madera con su nombre: Macaya Durán – Jefe de Redacción.



CRÓNICAS



Por: *Jairo Alonso López Delgado -
Director de Noticias en Montería*

LA LLEGADA DE MILES DE MIGRANTES A NECOCLÍ ENTRE LA ANGUSTIA Y EL SUEÑO AMERICANO

Crece el hacinamiento y el sufrimiento de muchos migrantes de varios países quienes duermen en cambuches y campig en la playa de Necoclí en el departamento de Antioquia a orillas del mar porque no cuentan con dinero suficiente para continuar con sus recorridos hacia Estados Unidos.

“La estamos pasando mal en la playa no tenemos dinero esperemos que el Estado nos ayude para poder viajar no tenemos dónde bañarnos tenemos que utilizar el mar en la madrugada” expresó migrante africano.

A este municipio ubicado en el Golfo de Urabá han llegado miles de migrantes provenientes de Haití, Venezuela, África y Brasil con la ilusión de llegar a los Estados Unidos reconociendo los peligros durante las travesías por el mar y las selvas.

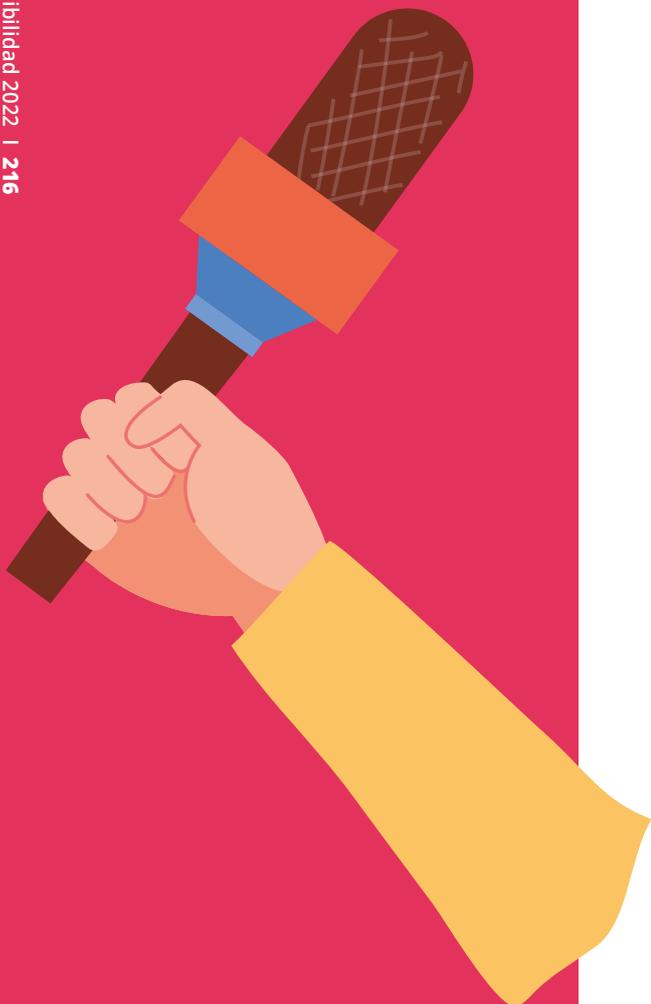
“Somos venezolanos no nos quieren vender tiquetes con el agravante que no podemos hablar con los medios de comunicación porque nos amenazan es una situación preocupante” agregó otro migrante.

Otro de los factores más críticos es el paso de menores de edad, de acuerdo con el registro, en 2021 migraron 133.000 personas aproximadamente en todo el año; a septiembre del 2022 la cifra llegó a 151.582, entre ellos, 21.570 son menores de edad.

Muchos migrantes para poder sobrevivir decidieron vender jugos, comidas en las playas a turistas y compañeros, mientras que otros se trasladaron al mercado público para ofertar productos como plátano y yuca.

Mientras muchos extranjeros pasan necesidades y dificultades, comerciantes de ese municipio incrementaron las ventas de electrodomésticos, machetes, insecticidas, cambuches y botas de caucho que son comprados por los migrantes para las travesías en las selvas.

La llegada de migrantes también favoreció a muchos propietarios de viviendas las cuales eran convertidas en hospedajes improvisados cuyos pagos eran en dólares y peso colombiano, permitiendo reactivar la economía en el municipio.





Por: Norma Paola Márquez Sanabria
Directora de Noticias en Tunja

LA REALIDAD DE LOS OTROS 200 AÑOS DE OLVIDO

Y es que a propósito aquí en RCN Radio, pues nos dimos a la tarea de también recopilar todo este material, de recopilar todos estos testimonios y hemos elaborado una crónica en donde vamos a conocer justamente cuál es esta situación, esta lamentable situación de estos niños, de sus habitantes allí de la vereda Avendaños del Municipio de Sotaquirá.

Año 2022, siglo XXI e inexplicablemente pareciera que para muchos niños y niñas del municipio de Sotaquirá, ubicado a 40 minutos de Tunja, el mundo se hubiera detenido. Ellos, junto a sus familias, viven a 5 km del casco urbano, más exactamente en la vereda Avendaños, aparentemente cerca, pero el abandono estatal y las condiciones geográficas los alejan, teniendo que recorrer a pie distancias que superan las tres horas.

La situación cada vez más compleja, la vida y la docente de la institución educativa ella es Martha Lucía Martínez, quien junto a sus 25 alumnos llegan a su colegio recorriendo caminos en condiciones que ponen en peligro sus vidas.

Yo los lunes, me vengo muy temprano y me estoy gastando entre hora y media y 2 horas bajando, dependiendo del clima. A veces pues amanece muy mojado la neblina y todo esto imposibilita el camino y pues me demoro un poco más. De subida me estoy gastando hasta 3 horas para regresar a mi casa, entonces es realmente complejo el camino a pesar de que sólo son 5 km y medio en ese trayecto que tengo que caminar.

La distancia no es el único problema. Como si fuera poco, los 25 estudiantes no tienen luz en su escuela y no es ficción, los menores ni en sus casas ni en las aulas deterioradas cuentan con este servicio público.

Mi nombre es Ránquil Asada y soy el personerito de la escuela, vivo a hora y media de mi casa. Tengo que pasar muchos ríos y quebradas y no hay luz en la escuela para que no se dañen los alimentos y la cancha está toda empedregada, no hay en dónde jugar las casas son de tablas y en bahareque, toca subir 5 horas de camino donde llega carro y sólo comemos enlatados

porque no hay luz para guardar otros alimentos.

Además de lo que cuenta el personero del colegio, Héctor Eduardo, otro de sus compañeros dice que los alimentos del plan alimentario escolar, al no haber transporte, llegan en pésimas condiciones. Por eso, durante este año han comido solo atún y sardinas.

Vivo a 50 minutos de la casa de la escuela, de la escuela a donde llega carro como a 5 horas. Hay mucho barrial, piedra, quisiera que haiga luz en la escuela, para tener alimentos mejores para la casa, también para arreglarla, tener un baño y una casa muy bonita.

Edubina Monrroy es la ecónoma encargada del Colegio de Avendaños, se encuentra muy preocupada porque los niños no se están alimentando bien al no tener la posibilidad de recibir los alimentos variados y que lleguen en buen estado.

Ya llevamos medio año comiendo solo enlatados, y ellos no me quieren recibir



los enlatados ya que eso no quieren comer y desperdician los enlatados y no vale decir es que lo cambien, por otra cosa, lo otro que se dificulta muchísimo para traer porque llega espichado, llega de mala calidad por el camino. Llega esta semana a caminar por el camino es que es mucho pedir. Que el camino está muy terrible.

Fabio Vargas, habitante del municipio de Cómbita y conocedor de la situación que viven las cerca de 40 familias del sector de Avendaños, narra cómo estos niños y niñas no conocen un televisor y aunque cause extrañeza, no cuentan con baño en sus casas.

En pleno siglo XXI niños que, y a habitantes en general de ese sector, que es la vereda más grande, Sotaquirá, no conozcan qué es la energía eléctrica, no conocen qué es un televisor y mucho menos saben qué es un baño. De hecho, los niños que van a la escuela, donde hay la batería de baños tienen que aprender a utilizar este servicio y preocupa el abandono del Estado en sí, que no les ponga atención para una vía o un cable, si es por la situación de que hay zonas de páramo que atraviesa la vía que llega a la escuela.

La situación es que, por ejemplo, los niños en sus casas no tienen baños, las casas realmente son en tabla, aquí la única construcción que hay en ladrillo es la escuela, no tienen baños, los niños que llegan a grado cero o grado primero son niños que no saben usar un baño. La situación es triste y es dura.

Todo este relato parece de otra época, pero no, es la realidad. Una profesora valiente que por amor a sus estudiantes se las ingenia para enseñarles con guías y fotocopias, recorriendo largas distancias en condiciones indignas para el aprendizaje, niños y niñas, que desean mejores instalaciones, luz baños, una vida que les acorta el camino y un espacio apropiado para su recreación.

Mi nombre es Enrique Fonseca García, soy el que va a acompañar la profe todos los lunes y los viernes nos toca pasar los ríos por palos y por puentes de alambre y tabla. Quisiéramos tener una mejor carretera para llegar a la escuela. Quisiéramos ver la escuela muy arreglada porque hay partes que están inundando, quisiéramos tener la luz para ver mejores alimentos, para ver películas, para ver si nos puede mandar una nevera, para que nos manden así

nuestro pollo, porque nos dicen que vienen pollos mandan solos enlatados ya llevamos casi medio año comiendo enlatados, ver la casa mejor arreglada quisiera, nos arreglaran los caminos porque hay muchos barriales con dos y nos toca fregar con muchas potencias para llegar a la escuela.

Pero estos mismos deseos los tienen los estudiantes de la institución educativa de otra zona de Boyacá más apartadas, 10 estudiantes de Pueblo Viejo, vereda del municipio de Socotá, por donde a propósito pasó la ruta libertadora está ubicada a 8 horas del centro a pie o a lomo de mula. Allí, por la situación de orden público, la escuela estuvo cerrada durante 10 años y fue en el año 2018 cuando llegó el profesor Carlos Durán. Desde ese momento se inició el camino para que los niños del sector regresaran a las aulas.

Eso es en un pleno siglo XXI donde yo pienso que comunidades que no estén electrificadas con energía eléctrica, pues deja mucho que hablar. Y en cuanto a la parte social, creo que no se le ha dado el valor histórico y cultural que tiene Pueblo Viejo, hace falta desarrollo, hace falta presencia de las diferentes entidades del Estado.



El alcalde municipal William Correa, es consciente de la situación. Según el mandatario, al encontrarse en una zona de Páramo se ha dificultado la autorización para la construcción de una vía, por lo que se clama la habilitación de un corredor humanitario que facilite el transporte de los residentes de esta zona hacia el centro del municipio, de los niños hacia su colegio, los respectivos alimentos y el traslado de los pacientes que lo requieran.

El caso de Pueblo Viejo, todavía hay familias que no tienen luz eléctrica y que hay niños que para llegar a la escuela tienen que pasar el río Pauto en una cabuya, entre otros. No los quiero hacer llorar, pero la realidad del otro país.

Por ahí pasan seres humanos. Cómo es posible que una señora que va a dar a luz tenga que tener su hijo en el Páramo a 3850 metros de altura, donde todos los días llueve allá en ese sector y yo creo que alguien debe hacer entender a Parque Nacional día mismo Corpo Boyacá que se debe dar los permisos para construir un sende-

ro humanitario y por lo menos entre la ambulancia.

Y a pesar de tantas dificultades, el deseo de los padres de familia de sacar a sus hijos adelante sobrepasa cualquier incomodidad, tal y como lo describe el profesor Carlos, quien se convirtió durante más de 3 años en el Ángel de sus 10 alumnos.

Ante tantas adversidades, yo pienso que son un sinnúmero de problemas, sí, pero pues hay que rescatar la berraquera de esta gente en aguantar, en continuar, en querer seguir adelante, en que sus hijos tengan mejores oportunidades en darles educación, entonces con educación podremos transformar muchas cosas.

Tanto en el caso de la vereda Avendaños de Sotaquirá como en Pueblo Viejo, se clama por mejores condiciones a pesar de las difíciles circunstancias hay esperanza por un mañana con menos contratiempos, tal y como lo expresa Joana Carvajal Benítez, quien este año cursa sexto de bachillerato en la vereda Tobaca de Pisba y quien

fue estudiante del profesor Carlos Durán en Pueblo Viejo, alejada entre semana de sus padres y viviendo donde su madrina, cada 8 días recorre 4 horas de camino entre ir y venir hacia Pisba para asistir a su colegio, donde actualmente ocupa el primer lugar.

Y el viernes llego y hago mis tareas me pongo juiciosa y me voy ya para arriba a pie hasta mi casa y a llegar a visitar a mis papás y mis hermanas y el viernes por la tarde hasta el domingo en la tarde del domingo me vengo para estar acá y para el lunes empezar de nuevo las clases. Como siempre he dicho que esta sea una enseñanza mesa para muchos niños, de Boyacá como de Colombia y el mundo, y que como que sigan para adelante, que no fallezcan y que aprovechen las oportunidades.

Y son las oportunidades las que hoy buscan estos niños y niñas que acuden a sus colegios a pesar de no tener las comodidades y las condiciones mínimas para recibir sus clases, conservan la esperanza de un futuro mejor.



*Por: Jairo Chávez Ávila - Periodista deportivo RCN Cali
Comentarista deportivo en la ciudad de Cali*

EGAN BERNAL RESUCITADO

Lunes 24 de enero de 2022, el mundo deportivo se ve sorprendido con una noticia que sacude sus cimientos. Aproximadamente a las 10.30 de la mañana, el programa especializado de RCN Antena 2 “Centro Deportivo” informa al país sobre un aparatoso accidente que involucra al ídolo ciclista Egan Bernal, ganador del Tour de Francia 2019 y el Giro de Italia 2021. El joven ídolo de Zipaquirá se preparaba en Colombia para enfrentar en el verano europeo de Julio, un esperado duelo con el esloveno Tadej Pogacar. Le acompañaban en éstos entrenamientos Daniel Martínez, Brandon Rivera, los ecuatorianos Richard Carapaz y Jhonatan Narváez, los españoles Carlos Rodríguez y Omar Frayle y el costarricense Andrey Amador. Las primeras noticias son apenas fragmentarias y destacan que el corredor se estrelló violentamente contra un bus que se encontraba detenido a un lado del camino, en una de las vías del municipio cundinamarqués de Gachancipá.

Según relato de Xavier Arteché uno de los directores del equipo británico Ineos Grenadiers que acompañaba al grupo de corredores de ese equipo que entrenaba en Colombia antes de comenzar la temporada europea, Bernal hacía piques de velocidad en su bicicleta especializada en carreras contra el cronómetro e iba tan concentrado y mirando su minicomputador que no se percató de la presencia del pesado vehículo contra el que se estrelló violentamente.

Ante la incredulidad de sus compañeros de equipo, Bernal fue traslado de inmediato al centro hospitalario Universidad de la Sabana en el Municipio de Chía, el sitio más cercano al lugar del accidente. Horas más tarde y ante un país todavía perplejo se

conoció la cruda realidad del inesperado accidente, cuando el director de la Clínica Juan Guillermo Ortiz dio a conocer al mundo el primer parte médico:

“El paciente Egan Bernal Gómez ingresó al servicio de urgencias, en la mañana de hoy, en una ambulancia. En el momento ha sido valorado de manera interdisciplinar por los especialistas. De acuerdo a los resultados encontrados, debe ser intervenido quirúrgicamente en las próximas horas por presentar un politraumatismo: trauma cervical y torácico, trauma cerrado de tórax, trauma musculoesquelético y trauma en miembros inferiores. Por el momento presenta estabilidad hemodinámica. Esperamos que su desenlace clínico sea el mejor y estaremos muy atentos a informarles sobre su evolución”.

Estaba claro que la temporada de uno de los grandes del ciclismo mundial había finalizado antes de tiempo, pero las opciones en torno a una pronta recuperación y el futuro de su carrera como ciclista activo estaban gravemente comprometidas. El esperado duelo con el esloveno Tadej Pogacar en el Tour de Francia 2022 en el verano europeo ya era una quimera.

Para los consternados aficionados colombianos y para el mundo del ciclismo lo prioritario era la recuperación funcional del deportista. El hecho de salvar su vida frente a semejante colisión era ya un milagro.

Los medios alentaban la esperanza de recuperar en un futuro el alto nivel competitivo de Bernal, evocando dramas aparente-



mente parecidos: el regreso a la escena del niño prodigio de los belgas Remco Evenepoel, tras casi un año fuera de competencia luego de romperse la cadera en una caída en el Giro de Lombardí. La recuperación de un veterano como Alejandro Valverde de una rotura de rótula en el Tour de Francia tras ocho meses fuera de la escena. Un año después ganaba el campeonato Mundial en Innsbruck.

Pero las lesiones del escalador colombiano no tenían comparación: Luxación vértebra cervical, fracturas costales, trauma cerrado de torax, luxafractura de las vértebras del segmento torácico t5 y t6 de la columna vertebral, fractura subtrocantérica de fémur derecho, fractura abierta de rótula derecha, fractura del segundo metacarpiano de la mano derecha, fractura dentoalveolar.

El médico traumatólogo Manuel Ignacio Gutiérrez, hijo de un connotado ciclista colombiano que le dio su propio nombre, campeón del Clásico RCN 1981 y tercer cajón del podio de la Vuelta a Colombia 1985, fue, por esas cosas de la vida, el encargado de liderar las intervenciones quirúrgicas del fémur y la rótula derecha de Egan Bernal. Así explicaba ese proceso clínico: “se trató de una fractura sub-crocantérica en la parte proximal del fémur la cual se trató inmediatamente con una fijación endomedular y en la fractura de la rótula también se pudo hacer una fijación inmediata lo que nos permite un buen pronóstico y esperamos que la rehabilitación así nos lo demuestre. No podemos hablar en éstos momentos de tiempos para una total rehabilitación, especulando diría que un año, pero eso no lo sabemos porque los pacientes responden de manera diferente y no olvidemos que Egan es un atleta de alto rendimiento”

En 2019 Bernal había sufrido otro accidente en Andorra cuando se entrenaba preparando el Giro de Italia. Se rompió la clavícula, se recuperó de cara al Tour y ganó la prestigiosa carrera francesa.

Al año siguiente, Bernal abandonó el Tour y su sueño de bicampeonato víctima de insoportables dolores en la espalda como

consecuencia de otra caída. Se sometió a un intenso tratamiento y recuperado ganó el Giro de Italia 2021.

EGAN VUELVE A NACER

Volver a nacer y volver a recordar. ¿Qué sucedió esa aciaga mañana? ¿Cómo pasó? ¿Cuáles fueron sus primeras sensaciones y reacciones? La memoria de Bernal detalla con impresionante precisión cada momento de ese inesperado viaje al infierno del dolor y las incertidumbres. Así lo contaban a los medios de comunicación mientras cumplía con una de sus rutinas de entrenamiento. Por eso se escucha su voz jadeante, pero segura.

El domingo 6 de febrero el ciclista seguía evolucionando satisfactoriamente y dando muestras de su temple y coraje, recibía ese alta médica de la Clínica Unisabana, 14 días después de haber sido internado, diez de ellos en la UCI. La fotografía del deportista acompañado de siete personas del equipo multidisciplinario de la Clínica le da la vuelta al mundo.

El doctor Juan Guillermo Ortiz, director general del centro médico, comentaba la evolución del pedalista a través de un video. “No presenta complicaciones y todas sus lesiones se encuentran estables y en proceso de recuperación... nos complace informar que hoy al paciente se le ha dado de alta.

El jueves 10 de febrero Bernal publica en sus redes sociales un video donde camina por un sendero para abordar un vehículo, cuatro días después de que el cuerpo médico de la Clínica Universidad de La Sabana, autorizara su salida de la institución.

Las imágenes sorprenden porque se especulaba que el ciclista de 25 años iba a demorar al menos unas cuatro semanas para dar sus primeros pasos, cosa que logró en apenas unos días. Días más tarde, en su primer acercamiento con los medios, el escalador colombiano agradecía al personal médico que lo atendió.

Comenzaban entonces las imprudentes conjeturas sobre cuánto tiempo bastaría para que el ganador del Tour de Francia 2019 volviese al alto nivel competitivo. El 19 de febrero, sorprendía al mundo deportivo en una primera rueda de prensa con un estremecedor y detallado relato de lo acontecido ese fatal 24 de enero de 2022.

“Hacíamos una jornada normal de entrenamientos y en mi caso lo hice con la bicicleta contrarreloj, pensando en preparar una de las etapas claves del Tour. Lo hacía con una serie de aceleraciones viniendo de Sesquilé y rumbo a Briceño. Calculo que unos ocho minutos entre serie y serie. En ese momento estaba en una posición aerodinámica, en la que me sentía bien. En un momento miré hacia adelante y no vi nada. Me agaché de nuevo y miré el minicomputador de la bici. Me acuerdo de que iba a 58 kilómetros por hora y me dije, bueno voy a aumentar a los 60, 61, 62 y fue en ese instante cuando sentí el estrellón. Fue un golpe seco. La verdad en ese primer momento no sentí nada. Solo que estaba tirado en el piso. Me costaba respirar, me faltaba el aire y hasta pensaba con que me había estrellado. No podía ser una persona, una moto o un carro porque había salido volando. En ese momento llegó uno de los mecánicos del equipo que nos acompañaba desde el vehículo escolta. Fue entonces cuando en medio del dolor que ya me invadía vi el bus contra el que me había estrellado.

Tuve suerte porque el mecánico llamó de inmediato al médico que en ese justo momento estaba saliendo del Hotel donde estábamos hospedados. Uno de los auxiliares del equipo tenía el carro prendido pues se disponía a visitar un mercado y hacer las compras de los víveres que necesitamos. Todo eso fue un golpe de fortuna, pues estábamos cerca del hotel y el doctor llegó bastante rápido. Creo que esos momentos fueron claves para salvar mi vida.”

El sábado 12 de marzo, sorprende una vez más a la opinión pública tras publicar unas optimistas frases en su cuenta de Twitter: “Adivinen quién está de nuevo en la bici y se siente una chim-

ba. Desde que exista la Fe, todo es posible. Y quiero decirles que cuando uno realmente quiere algo, NO HAY PERO que valga.”

En las semanas siguientes se observan fotos y videos del deportista haciendo ciclismo recreativo acompañado de amigos y familiares. El último registro de sus aventuras post quirúrgicas fue una escalada en la segunda semana de abril al alto de San Jorge, en las cercanías de Zipaquirá. Una subida de 4.5 km con pendientes entre el 7 y el 10%. Su rostro sonriente es un dibujo a la esperanza.

RESILIENCIA es un término de la física adaptado en los últimos años a la psicología. Expresa la capacidad de un cuerpo para regresar a su forma original, después de ser sometido a una presión deformadora. En las ciencias sociales se define como la capacidad que tiene una persona para superar circunstancias traumáticas y seguir avanzando hacia el futuro para convertir el dolor en éxito.

Quizá ésta sea la mejor definición para interpretar el rápido proceso de recuperación de Egan Bernal. Su fuerza mental, su capacidad para interpretar y entender los dolorosos desafíos que le plantea el destino. Saberse rodeado por su familia el más grande tesoro para llenar de energías positivas los momentos oscuros. Su juventud, su talento natural a disposición de lograr lo que puede parecer imposible, pero al que hay que hacerle frente con la luz de la esperanza. Egan va camino a la leyenda por uno u otro camino. El que lo llevará de nuevo a disputar las grandes carreras del exigente mundo del ciclismo o en último caso, sentirse el hombre más afortunado con el más grande regalo de Dios: “No sé qué pasará de aquí en adelante. No soy de los hombres que se rinden. Gracias al esfuerzo y dedicación de muchas personas, incluido el amor de mi familia, estoy montando en la bicicleta, en mi hábitat y trabajo con la misma pasión de siempre. Pero debo escuchar a mi propio cuerpo que es quien marca las pautas. Lo fundamental es que soy feliz, que tengo metas y cualquiera sea el resultado en el futuro, soy un agradecido de Dios que me ha regalado la bendición de la vida.”



RCNRADIO

**Sede Principal: Calle 37 # 13A - 19
Bogotá, Colombia
PBX: (601) 314 7070**