

Informe de Sostenibilidad 2024



Donde tú
quieras

Informe de Sostenibilidad 2024



Índice

Presentación	6
Compromiso con el Progreso y Bienestar	7
Materialidad	8
1. Perfil	10
2. Estrategia Corporativa	19
3. Acerca de nuestro informe	25
4. Gobierno Corporativo	35
5. Crecimiento Rentable	39
6. Contenidos Relevantes	59
7. Movilización Social	77
8. Premios y Reconocimientos	93
9. Talento Humano	102
10. Sistemas de Gestión	123
11. Indicadores GRI	142



Donde tú
quieras

Presentación

Acerca de nuestro Informe de Sostenibilidad 2024

GRI 2-1, 2-2, 2-3

Bienvenidos al Informe de Sostenibilidad 2024. Este documento presenta, de forma clara y cercana, nuestro compromiso con la sostenibilidad como empresa que forma parte de la Organización Ardila Lülle.

Desde la calidad en cada emisión hasta la transparencia en nuestras prácticas, hemos priorizado acciones que fortalecen la confianza de nuestra audiencia, trabajadores y comunidades. Nuestro avance se apoya en principios fundamentales: calidad de servicio, integridad, responsabilidad social, cuidado ambiental y respeto por los derechos humanos.

Entre las acciones más relevantes, se destacan:

- Mejora continua de la calidad de la señal y la experiencia del oyente.
- Implementación de procesos transparentes y éticos en toda la cadena de valor.

- Reducción de impactos ambientales mediante prácticas de eficiencia energética y gestión responsable de residuos.
- Fomento de la diversidad, la inclusión y el bienestar de nuestros colaboradores.
- Compromisos con la rendición de cuentas, la medición de resultados y la comunicación abierta con la comunidad.

Expresamos nuestro reconocimiento a todas las personas y organizaciones que han contribuido a la elaboración de este informe: a nuestro equipo de colaboradores, a la red de alianzas que nos acompaña y respalda en este propósito, así como a nuestros grupos de interés —oyentes, usuarios, anunciantes, entre otros— cuya participación y confianza fortalecen nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Este prólogo inaugura un recorrido hacia un futuro en el que la sostenibilidad trasciende como un principio rector y una práctica constante en cada emisión de RCN Radio.



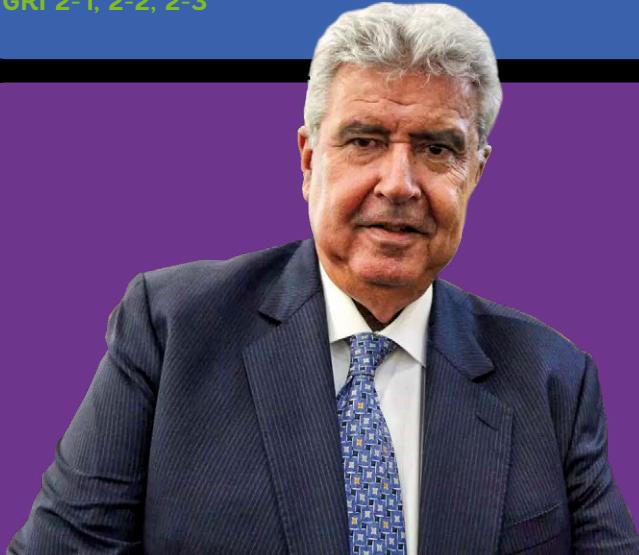
Donde tú
quieras



Si tiene alguna consulta o
desea profundizar en algún
aspecto del informe, lo
invitamos a escribirnos a:
equipoth@rcnradio.com.co

Compromiso con el Progreso y el Bienestar

GRI 2-1, 2-2, 2-3



7

Me permito presentarles nuestro Informe de Sostenibilidad, documento que refleja el compromiso inquebrantable con la ética, la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

A través de iniciativas, hemos trabajado para integrar prácticas sostenibles en todas las operaciones, buscando siempre generar un impacto positivo en la sociedad. Este esfuerzo colectivo nos permite no solo actuar con responsabilidad, sino también crear valor tangible para nuestros grupos de interés.

Hago un llamado a cada uno de ustedes para que abracemos la premisa de construir y crear valor para la sociedad. Juntos, podemos esforzarnos por garantizar un crecimiento rentable y sostenible, alineado con los principios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Nuestro compromiso con la sostenibilidad es un viaje continuo, y cada paso que damos es una oportunidad para mejorar y avanzar. Agradezco su dedicación y esfuerzo en este camino hacia un futuro más sostenible.

Sigamos trabajando juntos para consolidar a RCN Radio como un referente en responsabilidad social y sostenibilidad.

Fernando Molina Soto
Presidente RCN Radio

Materialidad

GRI 3-1, 3-2, 3-3

Para identificar y definir los asuntos más relevantes en materia de sostenibilidad, en RCN Radio realizamos un proceso reflexivo y colaborativo para comprender mejor nuestro impacto y responsabilidades. Este proceso se basó en una revisión cuidadosa de marcos y estándares internacionales reconocidos, como los lineamientos del *Global Reporting Initiative* (GRI) y su suplemento específico para medios de comunicación, así como las buenas prácticas del *Responsible Media Forum* de Inglaterra, del cual tuvimos el honor de ser miembros en el pasado.

Durante esta etapa, valoramos mucho la opinión de quienes forman parte de nuestra comunidad: nuestros colaboradores, gerentes en diferentes ciudades, clientes anunciantes, oyentes y aliados estratégicos de la cadena. Para ello, diseñamos y aplicamos un cuestionario virtual que nos permitió escuchar sus perspectivas, inquietudes y sugerencias.

Este enfoque participativo y transparente nos ayudó a asegurarnos de que los asuntos que elegimos priorizar y reflejar realmente atienden a las expectativas y necesidades de todos los actores que conforman nuestro entorno, fortaleciendo así nuestro compromiso con una comunicación responsable y con un impacto positivo en la sociedad.

Estos fueron los asuntos objeto de la encuesta con su respectiva definición

- 1) Contenidos de calidad y publicidad responsable**
Promovemos noticias y entretenimiento que respetan la diversidad, los derechos humanos y la ética. Además, aseguramos que la publicidad sea transparente y responsable.
- 2) Satisfacción de los anunciantes**
Nuestro compromiso es cumplir con las expectativas en contenido, formato y precios, fortaleciendo relaciones de confianza.
- 3) Generación de valor económico**
Buscamos el crecimiento sostenible, generando beneficios para nuestros accionistas y la comunidad.
- 4) Desarrollo, salud y seguridad del talento humano**
Creamos un ambiente laboral seguro, promoviendo el bienestar físico y mental, liderazgo, y crecimiento personal.
- 5) Lucha contra el cambio climático**
Implementamos acciones para reducir nuestro impacto ambiental, promoviendo hábitos responsables y contenidos que sensibilicen a la audiencia.
- 6) Protección de los derechos humanos**
Transmitimos contenidos que respetan y promueven los derechos fundamentales de todas las personas.
- 7) Manejo de datos y seguridad de la información**
Cuidamos la confidencialidad y protección de los datos personales, cumpliendo con las leyes vigentes.
- 8) Gobierno corporativo y transparencia**
Actuamos con ética, cumpliendo con las normativas y siendo transparentes en nuestras acciones.
- 9) Diversidad, equidad e inclusión**
Fomentamos un ambiente inclusivo, sin discriminación por género, raza, religión, discapacidad u otras diferencias.
- 10) Impacto social en las comunidades**
Contribuimos positivamente al bienestar y desarrollo de las comunidades a través de programas sociales y voluntariado.

Matríz de Materialidad - RCN Radio



Tras realizar este ejercicio, identificamos que el asunto de mayor importancia para nuestros grupos de interés es **contenidos de calidad**. Esto significa que, como medio masivo de comunicación, nos comprometemos a ofrecer noticias y entretenimiento veraces, transparentes, diversos, responsables y con altos estándares de calidad, porque sabemos que esto fortalece la confianza y el valor que aportamos a nuestra audiencia.

El segundo asunto en importancia es la **satisfacción de los anunciantes**, para lo cual partimos de la premisa de garantizar que sus expectativas en todos los aspectos sean cumplidas, creando relaciones sólidas y duraderas, y logrando ser un medio confiable y efectivo.

El tercer asunto clave es la **generación de valor económico**, que consideramos esencial para la sostenibilidad de nuestro negocio y para cumplir con nuestra función social como medio de comunicación. Esto nos permite seguir informando, entreteniendo y aportando a la comunidad.

Por último, reconocemos la importancia de cuidar a nuestro talento humano. La

“salud, el desarrollo y la seguridad del talento” son prioritarios, porque queremos que nuestras y nuestros colaboradores trabajen en condiciones seguras, saludables y motivadoras, promoviendo el liderazgo, el crecimiento personal y el bienestar físico y mental.

Continuamos fortaleciendo y priorizando estos temas, identificando oportunidades de mejora, diseñando estrategias y creando valor tanto para nuestro negocio como para todos nuestros grupos de interés.

Además, en este proceso también solicitamos opiniones sobre posibles temas para campañas pedagógicas, y las causas más sugeridas, en orden de prioridad, fueron: **salud mental, cultura, equidad de género, paz y democracia, diversidad e inclusión, cambio climático y economía circular/reciclaje**.

Este ejercicio **reafirma nuestro compromiso** de ser una radio que escucha, aprende y evoluciona, siempre con un profundo sentido de pertenencia y responsabilidad hacia nuestra audiencia, nuestras y nuestros colaboradores, y la sociedad.



1. Perfil **RCN Radio**

Presencia en Colombia

GRI – 2-1, 2-6

En RCN Radio conectamos con todos los segmentos de la población a través de nuestras emisoras en frecuencias AM y FM, distribuidas en 12 sistemas radiales. Además, estamos presentes en portales web, aplicaciones móviles, redes sociales y *streaming* de audio. Nuestra sede principal se encuentra en Bogotá, y contamos con 46 sedes en todo el país, organizadas en 7 regionales, lo que nos permite ofrecer cobertura a nivel nacional, regional, local y urbana.



Nacional Regional
Local-Rural-Urbano

Conectando a los colombianos

PTO REGIONAL

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

Logramos tener
una cobertura de:

Población	46,8M
Ciudades	62
Municipios	866
Departamentos	25

Comunicación gracias a:

Emisoras

44

Dial

108

Frecuencia



Estado



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



CARVE



KW
Continente



Grupo Aluis
Guatemala



Radio Nacional
de Paraguay



Radio
Carve Uruguay



Radio
Cooperativa
de Chile



Radio
Caracas



Radio
Quito



Radio Programas
de Perú



Radio
Panamericana
de Bolivia

Evolución de los canales de Distribución de RCN Radio

En RCN Radio siempre hemos estado en sintonía con nuestros oyentes a través de las frecuencias AM y FM. Con el avance de la tecnología, ahora nuestros oyentes cuentan con diversas opciones para disfrutar de contenidos: desde *streaming* y *pódcasts* hasta sitios web y redes sociales.

Pueden sintonizarnos desde su celular o incluso en su televisor, ya no están limitados solo a la radio tradicional; ahora pueden acceder a RCN Radio desde su computadora, altavoces inteligentes, teléfonos, tabletas y más.

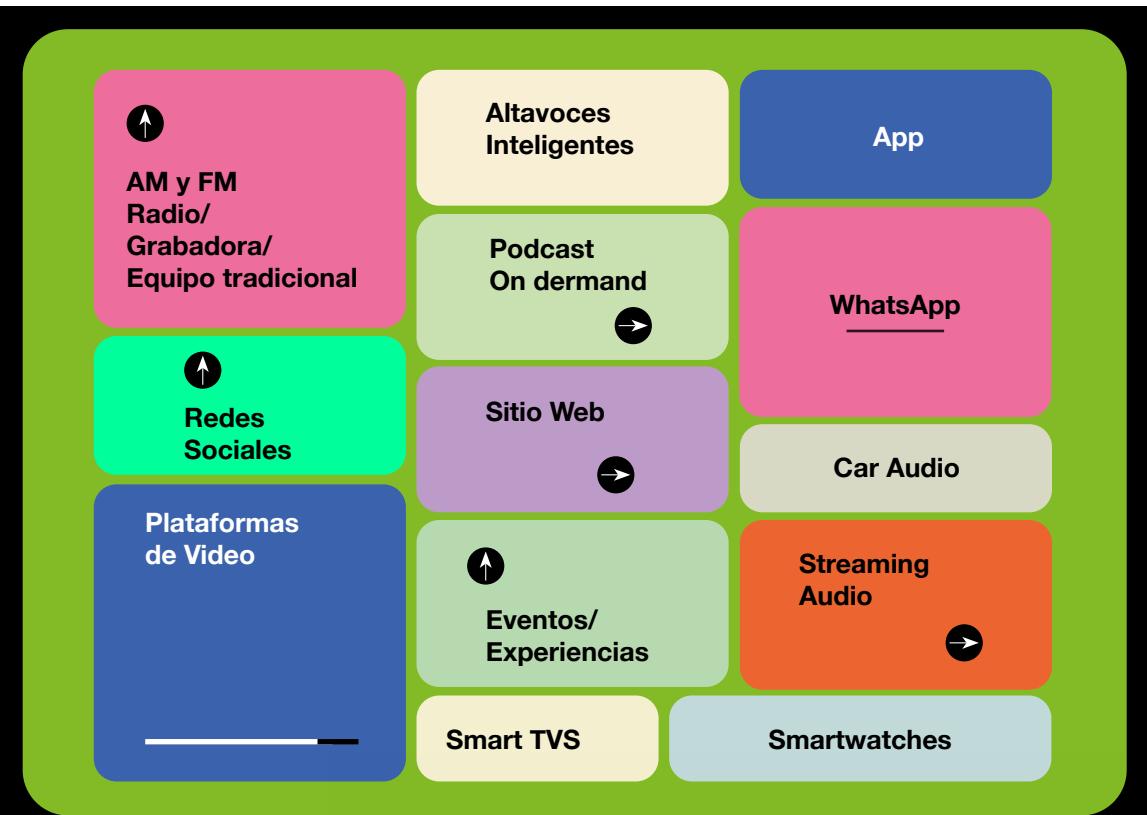
¡La música, las noticias y el entretenimiento están más cerca que nunca!

12



**Donde tú
quieras**





13

Las personas se conectan a los contenidos de las marcas de RCN Radio por múltiples plataformas y tecnología.



RCN
RCN RADIO

1. Perfil RCN Radio

RCN RADIO HABLADA



- ▶ Informativos
- ▶ Tendencias
- ▶ Opinión
- ▶ Cobertura en directo
- ▶ Mesas con expertos

VIDEO CONTENIDO

- ▶ Canal RCN: Sincronización de contenido TV y radio.
- ▶ TV Cerrada.
- ▶ Diario La República.
- ▶ WIN SPORTS: Contenido compartido.



AUDIO RCN RADIO UN ECOSISTEMA

De puntos de contacto

ContentLab

- ▶ ContentLab: Crea contenido de valor basado en innovación y tecnología.
- ▶ Emisora: 100 % programación automatizada con IA.
- ▶ Locutores, DJ y entrevistas virtuales en IA.
- ▶ Talento IA: personalización de voces y creación contenido IA.

RCN RADIO MUSICAL



- ▶ Programas vivo
- ▶ DJs
- ▶ Entrevistas de artistas exclusivos
- ▶ Concursos
- ▶ Entretenimiento
- ▶ Invitados locales y de talla mundial

MARKETING ONLINE



- ▶ Apps
- ▶ Contenido Interactivo: redes sociales, transmisiones en vivo.
- ▶ Streaming, eventos en vivo y contenido premium
- ▶ Sitios web
- ▶ Smart speaker

BTL EXPERIENCIAS



- ▶ Conciertos
- ▶ Activaciones
- ▶ Showcar
- ▶ Roomcar
- ▶ Caravanas
- ▶ Directos
- ▶ Giras

MERCADO SOCIAL



- ▶ Campañas sociales.
- ▶ Integración con programas en vivo.
- ▶ Compromiso social.
- ▶ Campañas del gobierno.
- ▶ Creación de programas especiales para cambios de hábito.

GENERACIÓN DE CONTENIDO



- ▶ Líderes de opinión.
- ▶ Foros y Paneles.
- ▶ Contenido curado.
- ▶ Pódcast: plataformas de audio.
- ▶ Videopódcast.



15

Radio 1



Fernanda
Correa

Willy
Arango

Pao
Caicedo

Ricky
Amador

Vicky
Balanta



EL SOL



Choco Viana
“El Choco”

Lore
Ñustes

Andrés Benjumea
“Andrú”

Andy
Pérez

Cristian Macias
“El PC”

Jhocny
Arredondo



Carlos
Montoya

Carlos
Sarria

Alejandro
Villalobos

Carolina
Carreño

Lewis
Acuña



TALENTO MEGA



Paul
Urrego

Andrea
Silva

Camila
Páez

Daniel
Murcia

Daniel
Trespalacios

DONDE TU QUIERAS DONDE TU QUIERAS
DONDE TU QUIERAS DONDE TU QUIERAS
DONDE TU QUIERAS DONDE TU QUIERAS



2. Estrategia Corporativa

Estrategia, despliegue y Alineación

GRI 2-6

PENSAMIENTO ORGANIZACIONAL



En RCN Radio tenemos claro que nuestra función, como empresa privada y como medio de comunicación, va mucho más allá de generar crecimiento económico, y que este solo es posible y deseable si, al mismo tiempo, se contribuye al cuidado del medioambiente, al bienestar de los trabajadores y sus familias, al respeto de los derechos humanos y al progreso de la sociedad en general.

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

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

Cada cinco años, el Comité Ejecutivo y Estratégico de la Cadena realiza un balance de sus objetivos estratégicos y define nuevas directrices que orientan el logro de sus metas. Estas estrategias representan las acciones que se llevarán a cabo durante un periodo determinado y se establecen como respuesta a las situaciones y retos que surgen a partir de las exigencias del entorno empresarial, social, tecnológico, de innovación y sostenibilidad, con el fin de mejorar y mantener la competitividad.

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



PROPÓSITO SUPERIOR

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

MISIÓN

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

VISIÓN

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

ESENCIA DEL NEGOCIO

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

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.

2. Estrategia Corporativa

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

a. 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 acceder a 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 contenidos.
- ▶ Buscar sinergias y alianzas estratégicas.

b. Fortalecimiento organizacional

- ▶ Desarrollar el talento para generar ventajas competitivas.
- ▶ Fortalecer la gestión del conocimiento.
- ▶ Impulsar la innovación como parte de la cultura corporativa.
- ▶ Avanzar en la transformación digital, centrada en nuestros clientes, oyentes y usuarios.
- ▶ Mejorar la eficiencia operacional mediante el uso de tecnología.

Con el propósito superior de contribuir al progreso de cada colombiano mediante contenidos que agreguen valor, en RCN Radio trabajamos bajo una filosofía basada en la sostenibilidad, la responsabilidad social empresarial, la calidad, la seguridad y salud en el trabajo, el respeto por el individuo y la comunidad, la protección del medioambiente y la seguridad de la información, así como por la rentabilidad y la 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 la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.
- ▶ Implementar estrategias para controlar los peligros, 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

23

Enfoque calidad

- ▶ Gestionar de manera eficiente y eficazmente los recursos.
- ▶ Crecer en los ingresos totales.
- ▶ Mejorar la rentabilidad del negocio.
- ▶ Mantener la participación de mercado en el sector radial.
- ▶ 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 los datos 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 una 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 en materia de 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 al 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, garantizando su adecuada respuesta, comunicación, recuperación y aprendizaje.
- ▶ Realizar la valoración de vulnerabilidades para identificar y gestionar los riesgos 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 a 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.
- ▶ Consolidar un clima de armonía, estímulo y motivación a partir de la formación de líderes influyentes que articulen, impulsen y dinamicen el cambio organizacional y la gestión del conocimiento, conforme a las políticas de la empresa.
- ▶ Cumplir con los requisitos legales aplicables y con los compromisos adquiridos con todas nuestras partes interesadas.

2. Estrategia Corporativa

AUTOPISTAS ESTRATÉGICAS

LÍNEAS DE ACCIÓN

a. Defender y fortalecer la esencia del negocio

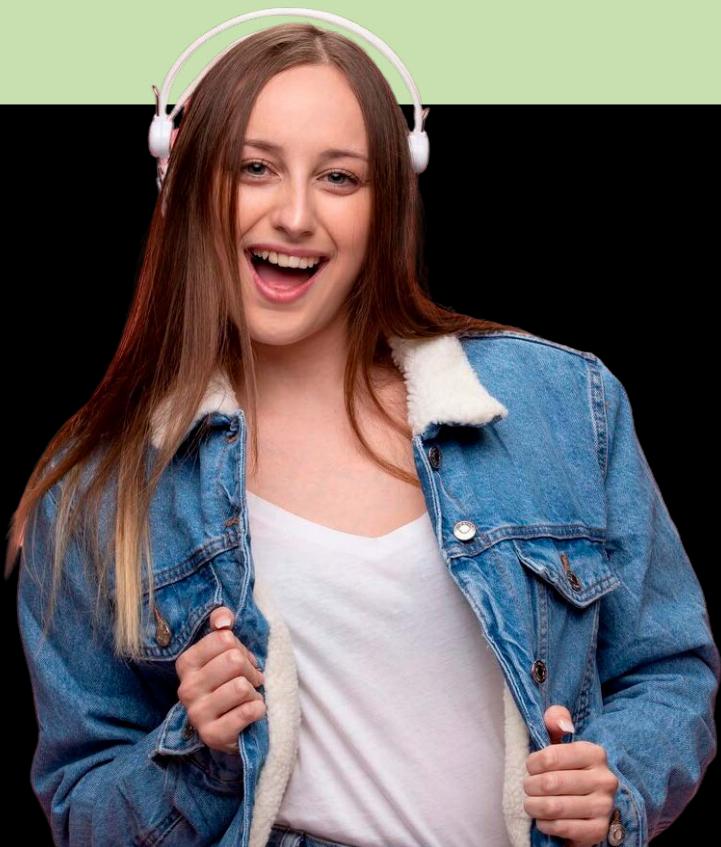
- ▶ Atraer, retener, formar y descubrir el mejor talento.
- ▶ Ampliar y desarrollar la cultura digital.
- ▶ Producir contenidos relevantes para las audiencias.
- ▶ Contar con tecnología de punta para la producción y distribución de los contenidos.
- ▶ Fortalecer la estructura del área de eventos para el desarrollo de nuevas experiencias.

b. Diversificar

- ▶ Invertir, desarrollar o realizar alianzas con nuevas empresas.
- ▶ Explorar nuevos modelos de negocio.
- ▶ Implementar espacios de co-creación.

a. Defender y fortalecer la esencia del negocio

- ▶ 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

Modelo de sostenibilidad

GRI 2-13, 2-14, 2-23

Nuestro modelo de sostenibilidad se ha convertido en el hilo conductor de nuestras acciones, guiando cada paso que damos hacia un futuro más responsable y próspero. Creemos que la rentabilidad, el crecimiento de nuestra audiencia y la atracción del mejor talento son completamente compatibles con el cuidado del medioambiente y el servicio a nuestro país. Bajo esta premisa, trabajamos día a día para ser cada vez más rentables, contar con más oyentes, usuarios y anunciantes y, sobre todo, ofrecer un servicio de calidad excepcional.

26

La generación de valor para nuestros accionistas es fundamental, y lo hacemos siempre desde un marco de principios éticos sólidos. En RCN Radio, buscamos cultivar una gestión transparente e integral que fomente la confianza de nuestra audiencia, asegurando la independencia de nuestros contenidos.

Contamos con lineamientos claros y accesibles que se encuentran en nuestro Código de Buen Gobierno y en el Programa de Ética Empresarial, disponibles en nuestras páginas web. Estos documentos reflejan nuestra misión, visión, principios y valores, así como las políticas y procedimientos que rigen nuestra operación diaria. Abordan aspectos cruciales que van desde la relación con nuestros ac-



cionistas y la estructura organizacional, hasta el manejo de datos personales y la prevención de conflictos de interés.

Nuestro compromiso también abarca una relación ética con los proveedores y un conjunto de mecanismos diseñados para prevenir el soborno y asegurar la integridad en todas nuestras prácticas. Además, establecemos lineamientos éticos y legales para nuestros contenidos, garantizando que cada mensaje que transmitimos sea responsable y respetuoso.

En RCN Radio creemos que nuestra responsabilidad fundamental es crear y desarrollar contenidos que realmente resuenen con nuestras audiencias. Nos esforzamos por conectar de manera significativa, utilizando nuestro poder de movilización para contribuir al bienestar del país y generar rentabilidad en armonía con nuestro propósito. Así, avanzamos hacia un futuro donde nuestros contenidos, nuestro equipo y nuestro entorno se alineen en un esfuerzo positivo y sostenible.

Asimismo, valoramos profundamente la gestión adecuada de nuestro talento humano, reconociendo que cada miembro de nuestro equipo es esencial para lograr nuestros objetivos. También estamos comprometidos con el cuidado del medioambiente, asegurando que nuestras acciones beneficien no solo a la Cadena, sino también a la comunidad y al planeta.

Nuestros compromisos

GRI 2-24

CRECIMIENTO RENTABLE

OBJETIVO: Crear valor y rentabilidad para nuestros accionistas con principios éticos y sostenibles.

ASUNTOS:

Ingresos: Crecer en los ingresos totales.

Rentabilidad: Gestionar de manera eficiente y eficaz los recursos; mejorar la rentabilidad del negocio.

Participación de mercado:

- a) Mantener la participación en el mercado del sector radio.
- b) Incrementar la participación de RCN Radio en el mercado de medios tradicionales.
- c) Crecer en número de clientes.
- d) Incrementar la participación en el mercado digital de los medios en Colombia.

Nuevos negocios: Explorar nuevos modelos de negocio, diversificando el core de la Empresa.

GOBIERNO CORPORATIVO

OBJETIVO: Garantizar el buen gobierno corporativo como marco de una gestión transparente e integral del negocio.

ASUNTOS:

1. Ética empresarial: Garantizar la aplicación de los más altos estándares éticos en todas nuestras actuaciones.
2. Requisitos legales: Cumplir con los requisitos legales ante todas nuestras partes interesadas.

CONTENIDOS RELEVANTES

OBJETIVO: Fortalecer y desarrollar productos centrados en las audiencias para conectarnos con ellas mediante contenidos relevantes.

ASUNTOS:

1. Conocimiento de audiencias: Conocer y desarrollar las audiencias para su crecimiento y desarrollo comercial a través de la data y la inteligencia artificial.
2. Tecnología: Aprovechar la tecnología para generar conocimiento, valor y nuevas oportunidades de negocio.
3. 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.

4. Iniciativas sociales: Promover y apoyar iniciativas sociales que propendan por la construcción de un mejor país.
5. Valores de contenido: Reflejar la independencia, la transparencia y los valores de la Cadena en todos nuestros contenidos para generar confianza en nuestras audiencias.
6. Innovación: Desarrollar una cultura de innovación en la Cadena.

27

TALENTO HUMANO

OBJETIVO: Contar con un Talento humano competente que fortalezca una cultura enfocada en la innovación y en la excelencia operacional.

ASUNTOS:

1. Desarrollo integral: Promover el desarrollo integral de los trabajadores, sus habilidades y competencias, manteniendo un equilibrio entre la vida laboral y familiar.
2. Clima: Mantener un clima armónico, estimulante y motivador que dinamice el cambio organizacional y la gestión del conocimiento.
3. Sistema integrado de gestión: Promover la mejora continua del sistema integrado de gestión, con el fin de entregar productos y servicios con calidad.
4. Bienestar: Garantizar el bienestar y la calidad de vida de nuestros trabajadores y sus familias.

MEDIOAMBIENTE

OBJETIVO: Promover el desarrollo sostenible como un factor presente en todas nuestras actuaciones.

ASUNTOS:

1. Impacto ambiental: Controlar y mitigar los riesgos e impactos ambientales relacionados con la operación de RCN Radio, en cuanto al manejo de residuos y al uso racional de energía, agua y otros recursos.
2. Cambio climático: Promover una cultura de sostenibilidad y contribuir a la lucha contra el cambio climático mediante acciones internas y externas.

Ética empresarial

GRI 2-25, 2-26

En RCN Radio contamos con un programa de ética que refleja nuestro compromiso con la transparencia y la honradez. Nuestro objetivo es compartir las políticas, valores y principios establecidos por la alta dirección, asegurando que cada acción que tomamos esté alineada con estos principios fundamentales.

Este programa nos permite identificar, prevenir y minimizar los riesgos relacionados con el soborno y otras prácticas corruptas, creando un entorno de confianza para todos. Incluye directrices claras para nuestros colaboradores, contratistas, proveedores, oyentes, usuarios y anunciantes, promoviendo una cultura de integridad y la prevención de actos de corrupción.



Además, en este marco ético se incluyen documentos importantes, tales como:

Contrato de trabajo

Manual del Redactor

Manual de lineamientos éticos y legales: valores de contenido

Normas de propiedad intelectual

Política de conflicto de interés

Política de pauta responsable

En RCN Radio valoramos la comunicación abierta y transparente. Es por ello que hemos habilitado nuestra línea ética:

lineaetica@rcnradio.com.co.

A través de este canal se pueden compartir denuncias, resolver dudas o realizar consultas de manera confidencial.

Además, hemos designado a la Coordinación Nacional de Auditoría como nuestro oficial de cumplimiento, garantizando que nuestras políticas se respeten y se implementen adecuadamente.

Para conocer más sobre nuestro programa ético, los invitamos a visitar el Portal Empresarial de la Cadena, el cual es compartido con todos nuestros colaboradores, tanto de forma presencial como virtual, a través del boletín **“Entre Nos RCN Radio”**.

Nuestros grupos de interés

Buscamos que nuestra operación sea sostenible en los ámbitos económico, social y ambiental, reconociendo y atendiendo las necesidades de nuestros grupos de interés. De manera permanente, establecemos diálogo y comunicación con cada uno de ellos, con el objetivo de identificar expectativas y necesidades, mantener relaciones armoniosas y éticas, y detectar oportunidades de mejora.

Para cumplir con estos compromisos, se han definido de manera estratégica políticas, proyectos, procesos y proce-

dimientos que se despliegan desde la alta dirección y permean a toda la organización.

En RCN Radio estamos comprometidos con la sostenibilidad integral, abordando aspectos económicos, sociales y ambientales en todas nuestras operaciones. Reconocemos la importancia de mantener una relación constructiva y transparente con nuestros grupos de interés, quienes son fundamentales para nuestro éxito y crecimiento.

Mantenemos un diálogo abierto y constante con todos nuestros grupos de interés, incluyendo colaboradores, oyentes, anunciantes, comunidades, autoridades regulatorias y socios estratégicos.



Cómo nos comunicamos

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 por correo electrónico
- Comités de convivencia laboral
- Sistema integrado de gestión
- Programas de Talento humano: inducción, selección, bienestar, formación, competencias y clima

EXTERNO - OYENTES

Anunciantes:

- Encuesta satisfacción de los anunciantes
- Control electrónico de cumplimiento comercial
- Radio: cheques; página RCN Radio Comercial; visitas de seguimiento; ruedas de negocios; CRM anunciantes

Audiencia:

- Línea Opine y Sugiera; líneas telefónicas de las emisoras; emisoras; página web "Contáctenos"; redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram); chats, mensajes de voz; eventos regionales y locales; investigaciones, mediciones de audiencia y focus groups
- Activaciones
- Digital Audiencia

Medioambiente:

- Secciones en programación; Sistema de Gestión Ambiental

Proveedores:

- Proceso de inscripción y evaluación de proveedores
- Desarrollo del producto y servicio proveedores

Gobierno:

- Gerencia Jurídica Nacional

Comunidad y gobiernos sociales:

- Alianzas, proceso de responsabilidad social y mercadeo social; visitas a barrios y localidades; Informe de Sostenibilidad; RCN Social en todos los portales de la Cadena
- <https://www.sostenibilidadrcn.com/>

3. Acerca de nuestro informe

RCN Radio y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - O.D.S.

GRI 2-22



El 25 de septiembre de 2015, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) estableció una nueva agenda global de desarrollo con el objetivo de erradicar la pobreza, proteger el medio ambiente y promover la prosperidad para todos los países. Esta agenda comprende 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cada uno con metas específicas que deben alcanzarse antes del año 2030. Para lograr estos objetivos, es fundamental la

colaboración entre gobiernos, sociedad civil y sector privado.

En particular, desde el sector privado, es imperativo identificar y adoptar acciones concretas que contribuyan a los ODS, alineadas con la naturaleza y las estrategias de cada organización. En el caso de RCN Radio, contribuimos de manera decidida a los ODS mediante las siguientes estrategias:

ODS 3 Salud y bienestar



- ▶ Programa radial sobre salud mental RCN Contigo, en alianza con la Fundación Santa Fe de Bogotá.
- ▶ Campaña “Expresate Saludablemente”, en alianza con USAID y ACDI/VOCA.
- ▶ Clásico RCN Social – Campañas de promoción y autocuidado en salud.
- ▶ Talleres de salud mental dirigidos a los trabajadores de RCN Radio.
- ▶ Programas de bienestar, seguridad y salud en el trabajo, con actividades orientadas a fomentar buenos hábitos y estilos de vida saludables, prevenir enfermedades y promover el cuidado integral de la salud. Estos programas incluyen aspectos físicos, mentales, recreativos, deportivos y culturales.
- ▶ Seguimiento a los programas de vigilancia epidemiológica y salud del trabajador (cardiovascular, osteomuscular, visual, auditiva, vocal y salud mental). Incluye un programa anual de auxilios psicológicos orientado al cuidado de la salud mental de los trabajadores y, en algunos casos, de sus familias.
- ▶ Programa “Septiembre: Mes del Amor y la Salud” para trabajadores.
- ▶ Validación de estándares mínimos en seguridad y salud en el trabajo (Resolución 0312 de 2019), con un resultado de 98/100 realizado por la ARL.
- ▶ Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo certificado por ICONTEC. Fue reconocido con el premio Inspiradores de Tranquilidad, en su máxima categoría ORO, por la gestión en temas de accidentalidad y enfermedad laboral. En RCN Radio, los indicadores de enfermedad laboral 0% y de muertes de trabajadores son 0%.

31

ODS 4 Educación de calidad



- ▶ Ajedrez al Parque.
- ▶ Apoyo a la Corporación La Carreta Literaria.
- ▶ Hay Festival en Cartagena, Medellín y Jericó.
- ▶ Programa de Becas Fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres.
- ▶ Caminata de la Solidaridad.
- ▶ Capacitación en Diversidad, Equidad e Inclusión para los colaboradores de RCN Radio.
- ▶ Apoyo a la Fundación Carolina en Colombia.
- ▶ Política educativa extensiva a trabajador, hijo y cónyuge. La empresa aporta el 50% y el trabajador 50% restante en los niveles de pregrado, postgrado y maestrías. Esta política incluye formación y desarrollo de competencias, tanto blandas y duras.
- ▶ Portal RCN Radio RCN Aprende.
- ▶ Concursos internos de crónicas y cuentos, este último extensivo a todas las familias (hijos, cónyuge, padres, tíos, hermanos, sobrinos, nietos) así como a una escuela rural. Incluye eventos de intercambio literario.
- ▶ Talleres de cómo escribir un cuento.
- ▶ Talleres de competencias comunicativas.
- ▶ Reedición de los libros propios sobre competencias comunicativas: *Re-dactor y Diccionario de Estilo RCN Radio*.
- ▶ Auxilios educativos para los hijos en todos los niveles educativos.

3. Acerca de nuestro informe

ODS 5 Igualdad de género



- ▶ Portal Una Decisión de Vida, iniciativa que ayuda, apoya y orienta a mujeres que se encuentran en conflicto con su embarazo.
- ▶ Capacitación en Diversidad, Equidad e Inclusión para los colaboradores de RCN Radio.
- ▶ Campaña de Prevención de la Violencia contra la mujer.
- ▶ En las emisoras y páginas información y entrevistas que buscan sensibilizar y concientizar a la audiencia y a la comunidad acerca de la igualdad de oportunidades y el respeto a la mujer.
- ▶ Se tiene el propósito de que la planta de personal esté conformada por al menos un 45% de mujeres. Actualmente, la proporción es de 40% mujeres y 60% hombres.
- ▶ Mediante comunicaciones internas, se promueve la conciencia y buenas prácticas de equidad, respeto e inclusión.
- ▶ Políticas y divulgación de políticas de derechos humanos e inclusión.

ODS 6 Agua limpia y saneamiento



- ▶ Campañas internas sobre buenas prácticas en el uso del recurso hídrico.
- ▶ Dispositivos implementados para el ahorro de agua, incluyendo sensores y sistemas de reutilización de aguas lluvias.

ODS 7 Energía asequible y no contaminante



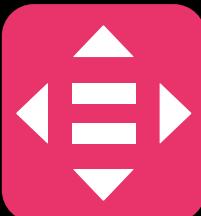
- ▶ Construcción de un sistema de generación de energía renovable con 186 paneles solares fotovoltaicos, con capacidad de 100 kWP, en el Transmisor de Manizales-Cerro de Oro, para ser auto-generadores y proveedores de energía sostenible.
- ▶ Fabricación e instalación de 303 bombillas LED de bajo consumo en 91 torres.
- ▶ Implementación del sistema STARLINK de transmisión para los eventos de ciclismo, utilizando al proveedor internacional de internet vía satélite STARLINK, lo que permite eliminar la mayoría de los puntos intermedios y repetidores, reduciendo así el uso de vehículos repetidores y el consumo de combustible.
- ▶ Campañas de promoción de movilidad sostenible, fomentando el uso de la bicicleta.

ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico



- ▶ Programa radial Tierra de Sueños, orientado al campo.
- ▶ Campaña Federación Nacional de Departamentos.
- ▶ Generación de empleo en 43 ciudades, con más de 1.400 contratos directos, cumpliendo con las leyes y normas colombianas en cuanto a pagos y compromisos adquiridos con los trabajadores.
- ▶ Beneficios económicos extralegales con alcance a las familias de los colaboradores

ODS 10 Reducción de las desigualdades



- ▶ Premios Cartagena con Valores.
- ▶ Premios Pereira con Valores.

ODS 12 Producción y consumo responsables



- ▶ Por política, se evita la compra de productos e insumos de plástico de un solo uso, acompañada de campañas de sensibilización sobre el mismo tema.
- ▶ Los ingresos generados por la disposición de materiales reciclables son donados a fundaciones.
- ▶ Implementación de puntos ecológicos para la correcta disposición de residuos.

33

ODS 13 Acción por el clima



- ▶ Estrategia Megaland Sostenible, que permitió la recolección de 1,6 toneladas de residuos del concreto.
- ▶ Clásico RCN Social – pedagogía sobre cuidado de la fauna silvestre, la adecuada gestión de residuos y la reducción del uso de plásticos de un solo uso, con el fin de contribuir, desde acciones cotidianas al cuidado del medio ambiente.
- ▶ Campaña pedagógica sobre incendios forestales.
- ▶ Eco Podcast RCN.
- ▶ Sistema de gestión ambiental certificado por ICONTEC.
- ▶ Campañas de reducción y aprovechamiento de energía, agua, combustibles, así como de correcta disposición de residuos.
- ▶ Medición de la huella de carbono. Flota de vehículos con tecnologías nuevas y correcta disposición de residuos de aceites, llantas y mantenimientos.

3. Acerca de nuestro informe

Sello de sostenibilidad

Cada vez más, las organizaciones quieren ser reconocidas por las acciones que realizan, por lo que la gestión sostenible se vuelve clave, ya que ayuda a las empresas a incorporar prácticas responsables en su día a día. En este contexto, surge el Sello de Sostenibilidad, que resalta la importancia y el valor de contribuir al desarrollo sostenible. RCN Radio fue el primer medio de comunicación en Colombia en obtener este sello y ha mantenido su máxima categoría a lo largo de los años. ¡Es una forma de mostrar su compromiso y marcar la diferencia!

Entre 2016 a 2019, las dimensiones evaluadas eran tres: social, ambiental y económica, sin embargo, a partir del año 2021 se incluyó la estratégica. En el año 2024, el **sello de sostenibilidad** se renovó e incorporó una evolución en sus categorías por **bronce, plata, oro y platino** incluida en la actualización del protocolo del sello de sostenibilidad. A continuación, se presentan los puntajes por dimensión:

Año	Dimensión Estratégica	Dimensión Social	Dimensión Ambiental	Dimensión Económica	Resultado Categoría
2024		98,17 %	90,90 %	95,57 %	Platino 94,88 %





4. Gobierno Corporativo

Gobierno Corporativo

GRI 2-9, 2-10, 2-12



36

Nuestros Órganos de Gobierno

La Organización Ardila Lülle es la principal accionista de RCN Radio. La estructura de los órganos de gobierno corporativo permite que las decisiones se tomen de manera independiente.

ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS

- ▶ 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 de determinar las políticas de gestión y desarrollo de la compañía.
- ▶ Se reúne al menos una vez al año.

JUNTA DIRECTIVA

- ▶ 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.

PRESIDENCIA

- ▶ 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 la misión y de los objetivos estratégicos.

COMITÉ EJECUTIVO Y ESTRÁTÉGICO

- ▶ Lo integran el Presidente y los líderes de procesos de la Cadena.
- ▶ Sus responsabilidades incluyen ejecutar las estrategias para el cumplimiento de los objetivos.
- ▶ Se reúne al menos una vez al mes.

Mapa de Procesos

GRI 2-6

PROCESOS ESTRATÉGICOS

Gestión Planeación Estratégica

Gestión Jurídica

Responsabilidad Social Empresarial

PROCESOS MISIONALES

REQUERIMIENTOS

Partes interesadas

Gestión de Producción y Programación

Investigaciones

Producción y Programación

Servicios y eventos de radio

Producción digital

Gestión Comercial

Mercadeo

Ventas

Publicidad

Mercadeo Social

Pautas

Investigaciones

SATISFACCIÓN

Partes interesadas

37

PROCESOS DE APOYO

Gestión del Talento Humano

► Talento Humano ► Gestión Documental

Gestión Financiera y Administrativa

► Compras y almacén ► Contabilidad
► Facturación ► Tesorería ► Crédito y Cartera
► Canjes ► Servicios Generales

Gestión de Infraestructura

► Técnico ► Informático ► Seguridad de la información
► Telecomunicaciones ► Planta física y vehículos

Gestión de Mejora Continua

► Auditoría ► Sistema Integrado de Gestión

SEGURIDAD

Junta Directiva

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

JUNTA DIRECTIVA

PRESIDENTE

Miembros Principales

Iván Guillermo Lizcano Ortiz
Miguel Ignacio Gutiérrez Navarro
Sergio Quijano Llano

Miembros Suplentes

Gabriel Martín Reyes Copello
Ricardo Salazar Arias
Felipe Augustin Cortés Seguro

Fernando Molina Soto

COMITÉ EJECUTIVO Y ESTRATÉGICO

VICEPRESIDENCIAS

Administrativo y Financiero | Hernán Mosquera Villa

Talento Humano y SG | Agustín Ramírez Caro

Operaciones | José Antonio Succar Lega

Mercadeo y Ventas | Jorge Eduardo Correa Robledo

GERENCIAS

Jurídica | Javier Márquez Vargas

Responsabilidad Social O.A.L. | Ana María Guerrero Carvajal

Ejecutivo de Producción y Programación | Jorge Enrique Roa Angulo

Planeación y Proyectos | Orlando Castaño Boada

Digital de Contenidos | Hugo Leonardo Rodríguez Moreno

Gerencia Nacional de Ventas | Hennio Mauricio García López

DIRECCIÓN

Nacional de Contabilidad
Yenny Carrera Rodríguez

COORDINACIÓN

Nacional de Auditoría
Wilson Báez Oliveros



5. Crecimiento Rentable

Situación Económica y Financiera

GRI: 201-1



40

Situación Económica y Financiera de la Compañía

Durante el año 2024, la compañía cumplió de manera estricta con todas sus obligaciones laborales, legales y contractuales, incluyendo los compromisos adquiridos con proveedores. Estas obligaciones fueron atendidas mediante recursos propios y créditos obtenidos, por un valor total de \$13.000 millones de pesos.

Como parte de su estrategia de diversificación, la empresa mantiene inversiones en sociedades vinculadas, así como participaciones minoritarias en entidades financieras y fideicomisos inmobiliarios. Estas inversiones han generado ingresos adicionales a través de la valorización de activos, utilidades y dividendos.

Resultados Financieros 2024

Facturación por servicios de radio:

La compañía registró una facturación total de **\$170.894 millones de pesos**, lo que representa una disminución del **6%** respecto al año 2023. El cumplimiento del presupuesto alcanzó un **81,11%**.

Facturación digital:

Se evidenció una disminución del **3%** en la facturación digital, con un cumplimiento presupuestal del **81,09%**.

Pago de impuestos:

Se realizaron pagos por concepto de obligaciones tributarias por un valor de **\$39.770 millones de pesos**.

Obligaciones laborales y comerciales:

Todos los compromisos relacionados con el personal, proveedores, honorarios, servicios públicos y demás requerimientos operativos fueron atendidos de manera oportuna y dentro de los plazos establecidos.

EL PODER DEL AUDIO



Plenamente vigente en
la vida de las personas

41



Plataformas

GRI 2-1, 2-6

En un mundo donde la inteligencia artificial está presente en todos los aspectos de nuestras vidas, el audio ha asumido un papel protagónico que nadie quiere perderse. Durante más de 70 años, la radio nos ha acompañado, y con el auge del mundo digital en los últimos 25 años, nuestras interacciones han evolucionado. Hoy, damos “me gusta” a un video, una canción o una foto, compartiendo aquello que nos mueve e inspira.

En RCN Radio hemos elevado la apuesta y nos hemos adaptado a esta nueva realidad dinámica. Nuestra radio y contenidos de audio viven en el corazón del mundo conectado, ofreciendo una experiencia moderna y activa. Nuestros oyentes disfrutan de contenidos innovadores, convirtiéndose en la mejor compañía en cada momento.

Con nuestro concepto “Donde tú quieras”, transformamos la radio tradicional en una plataforma digital integral, con una amplia oferta que llega a todas las generaciones, brindando contenidos multiplataforma que se ajustan al estilo y ritmo de vida de cada persona

42

Plataformas que son escuchadas



Aparato tradicional

49.4%



Celular con conexión a internet.

42.3%



Desde un TV

31.9%



Celular o Tableta con señal AM/FM

18.8%



Computador

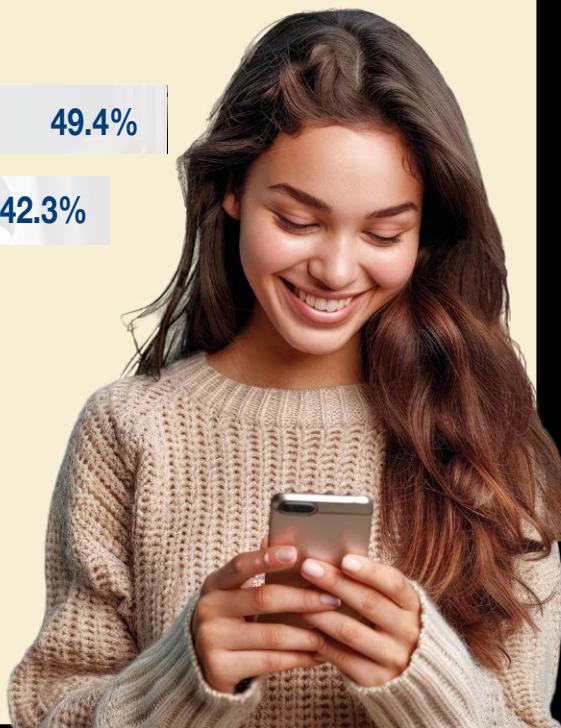
15.3%



Tableta con conexión a internet

3.3%

FUENTE: COLOMBIA EGM / TGI



Las distintas generaciones encuentran en RCN Radio emisoras que conectan a nuestros líderes de opinión con contenidos específicos para cada una de ellas. Nuestro objetivo es llevar noticias, entretenimiento, deportes y música a sus vidas.

GENERACIONES

Generación
T
Alfa
(2011-hoy)

Generación
Z
Centennials
(1996-2010)

Generación
Y
Millennials
(1981-1995)

Generación
X
Millennials
(1961-1980)

Baby
Boomers
(1946-1960)

Generación
Silenciosa
(1930-1945)

0 2 4 6 8 10 12 14 16 18 20 22 24 26 28 30 32 34 36 38 40 42 44 46 48 50 52 54 56 58 60 62 64 66 68 70 72 74 76 78 80 82 84 86 88

43



5. Crecimiento Rentable



Conversión RCN Radio

El embudo de conversión presentado por RCN Radio es un proceso estratégico de crecimiento rentable para las marcas.

Comienza con la fase de "Descubrimiento" donde se utiliza la radio, pauta programática, portales y WhatsApp para generar conocimiento sobre la marca o el producto.

Le sigue la fase de "Atracción", que implica la creación de contenido relevante, como artículos, infografías y contenido nativo, con el objetivo de captar la atención del público objetivo.

La siguiente etapa es la fase de "Conversación", en la que se busca generar tráfico hacia las landing pages diseñadas para capturar información y convertir visitantes en leads.

Finalmente, el embudo culmina en la fase de "Fidelización", donde se crea contenido de interés para la marca, con posibles llamados a la acción mediante programas de radio y otros contenidos personalizados. Este contenido se distribuye a través de WhatsApp, redes sociales y podcasts, con el objetivo de mantener el engagement y fortalecer la relación con los clientes.



Cocreando e Integrando PARA SU MARCA

EL RETO BRIEF



- ▶ Generación de contenido
 - Branded Content
- ▶ Content Lab.
- ▶ Formatos tradicionales.
- ▶ Formatos innovadores.
- ▶ Innovación en Producción.
- ▶ Inteligencia artificial.



46



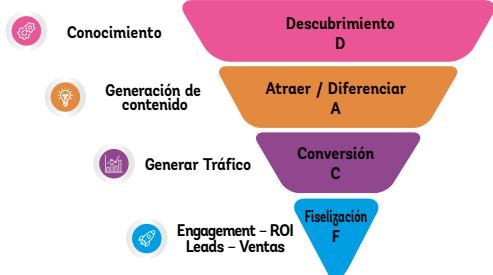
- ▶ Programática
- ▶ Distribución
- ▶ Podcasting
- ▶ Contenido original
- ▶ Desarrollo de experiencias BTL
- ▶ Formatos exclusivos
- ▶ Desarrollo de influencer, DJ podcast y contenido con IA.



Total Comunidad Audiencia Audio



Audio Redes Sociales



RCN Radio

La integración de RCN Radio permite acompañar a los anunciantes en la creación y distribución de contenido a través de nuestras plataformas. En este marco, se destaca la importancia del "Customer Journey" (viaje del cliente), en el que se planifica meticulosamente cada paso de la experiencia del consumidor, desde la exposición inicial hasta la fidelización. Esto asegura que el contenido no solo atraiga a la audiencia, sino que también logre un alto alcance y genere un compromiso a largo plazo.

El ecosistema de distribución de RCN Radio es clave, ya que permite a los anunciantes alcanzar segmentos de público a través de múltiples formatos y canales. Esto incluye programas

tradicionales de radio, así como contenido digital y podcasts, adaptándose a las necesidades y preferencias del consumidor actual.

El contenido, definido y curado por RCN Radio junto con la marca, refleja un enfoque centrado en el consumidor, garantizando relevancia y autenticidad. Esto fortalece los valores de la marca y los alinea con los indicadores clave de desempeño (KPIs) del anunciente. Este enfoque no solo mejora la percepción de la marca, sino que también fomenta la lealtad de los consumidores, transformando el alcance de la radio y el audio en una potente herramienta de fidelización.

47



Recolectar

Unificar
Perfilar

Activar



CDP
(Customer Data Platform)
 twilio segment

Portales



NTN24
NUESTRA TELE NOTICIAS

Segmentos Audiencia

Deportes

- Fútbol
- Ciclismo
- Tenis
- Opinión Deportiva
- Motores
- Gammers

Economía

- Finanzas personales
- Educación

Entretenimiento

- Cine
- Eventos y Conciertos
- Estilo de vida
- Moda
- Gastronomía
- Bienestar y Cuidado Personal

Actualidad

- Internacional
- Judicial
- Política
- Salud
- Tecnología
- Empleo
- Medioambiente
- Social
- Cultural
- Opinión

Música

- Clásico RCN
- Megaland
- Vallenato
- Salsa
- Reggaetón
- Pop
- Popular

Contenido | AdServer | Creación Nuevos Segmentos |
Data Science (Sistemas de Recomendación) | Analytics

Grandes experiencias de usuario
requieren mejores datos

Inteligencia Artificial

Que nos permite desarrollar herramientas que optimizan cada mensaje, cada historia, cada conexión.

Asistentes GPT'S

Equipos de Ventas / Producción / Financiero
Analítica de Audiencias



Creador de Segmentos de Mercado

Por HUGO A MARTINEZ G. A

Análisis de clustering con visualización personalizada

Entrenamiento de IA para

Crear Contenido de Audio Video
Texto (Emisora Ochentera)
Crear Talento IA| Influencer DJ |
@Valeriamoondj

49



Creador de Cuñas Radiales

Por HUGO A MARTINEZ G. A

Asistente de Copy experto en cuñas radiales



novedades ...



50

Valeria Moon: la DJ que lidera la experiencia Ochentera es la primera emisora creada 100 % con inteligencia artificial en América Latina.

La figura central de Ochentera es Valeria Moon, un DJ virtual diseñado con inteligencia artificial (IA). Valeria no solo presenta la música, sino que también “conversa” con los oyentes, compartiendo datos interesantes y contexto sobre los éxitos que marcaron la década de los 80.

Programada para interactuar con el público en redes sociales, Valeria es una “influenciadora” (@valeriamoondj) que representa la nostalgia de los 80 con una personalidad fresca y moderna. Gracias a su programación avanzada, puede adaptar su estilo de comunicación para crear una conexión cercana con audiencias de distintas generaciones, atrayendo tanto a quienes vivieron la época de los 80 como a nuevas generaciones.



Inversión

En el 2024, la inversión publicitaria de los anunciantes en Colombia totalizó 2.061.996 millones de pesos, distribuida entre medios como televisión, radio, revistas, publicidad exterior y prensa.

**INVERSIÓN
PUBLICITARIA ACUM DIC 2024**
\$2.061.996
Millones de Pesos

(TV, Radio, Rev, Pub Ext, Prensa)
Variación -3,5% 2024 Vs 2023 (-74.517 M)

2.136.514 MM Inversión
Publicitaria Neta Acum dic 2023

Fuente: Asomedios, AMI



Mercado publicitario

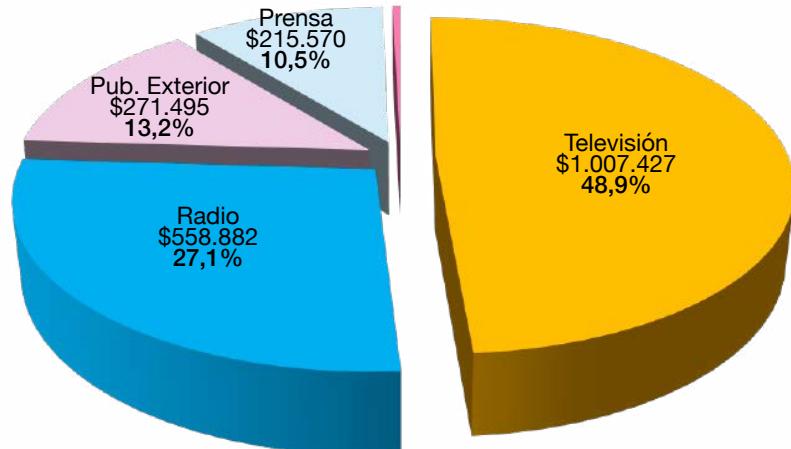
Acumulado a diciembre - 2024

La radio, con un 27,1 % del total de la inversión publicitaria en Colombia para diciembre de 2024, se mantiene como un medio relevante y efectivo para los anunciantes. Esta inversión significativa en radio resalta su valor dentro del mix de medios.

Entre las fortalezas de la radio se incluyen su capacidad para alcanzar audiencias específicas mediante la segmentación

geográfica y demográfica, además de la fidelidad de sus oyentes. La radio ofrece una forma accesible y personal de llegar a los consumidores, siendo efectiva para campañas que requieren alta frecuencia y buscan establecer una conexión directa y constante con la audiencia. Asimismo, su flexibilidad permite a los anunciantes ajustar rápidamente sus mensajes según las circunstancias cambiantes.

52



Fuente: Asomedios

**INVERSIÓN
PUBLICITARIA:
\$2.061.996 MM**

RCN Radio, con su extensa cobertura y cercanía en las diversas regiones de Colombia, cuenta con 8.845 clientes o anunciantes activos en 2024. Esta cifra se debe principalmente a la capacidad de RCN Radio de llegar a una amplia audiencia a lo largo y ancho del país, lo que ofrece a los anunciantes la oportunidad de dirigirse tanto a mercados locales como a la población nacional.

Clientes activos en 2024

8.845



Facturación 2024 Clásico RCN



54

El Clásico RCN 2024 llegó a su edición 64, convirtiéndose en uno de los grandes eventos deportivos del país por su alto nivel de competencia, cobertura mediática y actividades publicitarias, con un alto impacto social.

Es el evento ciclista del país con mayor cubrimiento periodístico. A través de los años, el Clásico RCN crece en espectadores, brindando espacio deportivo, involucrándose en temas locales y dejando huella en todo su recorrido, mostrando a su paso cada kilómetro de la geografía nacional.

RCN Radio, con su extensa cobertura y cercanía en las diversas regiones de Colombia, cuenta con 8.845 clientes o anunciantes activos en el año 2024.

RÉCORD HISTÓRICO DE FACTURACIÓN

Total
\$3.023 Millones



The graphic consists of several layers. At the top is a close-up photograph of a woman's face, with her eyes closed and a serene expression. Overlaid on the left side is the word "exposhow" in white, sans-serif font, and on the right side is the word "imp" in a large, bold, blue sans-serif font. Below this is a red rectangular area containing the letters "un" repeated three times in a large, semi-transparent font. A small green arrow points to the right from between the second and third "un"s. At the bottom is a blue rounded rectangle containing the text "La verdadera integración de los medios" in white, with "integración" in orange.

exposhow

imp

un un un

La verdadera integración
de los medios



integración

del mejor talento
opinión y entretenimiento

57



exposhow



Al evento de Exposhow en el año 2024, nos acompañaron en Bogotá más de 760 representantes de clientes, centrales de medios.

Ecosistema Total de la Comunidad donde se unen los medios Canal RCN (Video), RCN Radio (Audio) y el Diario La República (Contenido).

Mensualmente con los tres ecosistemas llegamos al 94,1% de la geografía nacional, tocando con alguno de nuestros productos/ marcas a 46.862.388 colombianos. La comunidad de medios más importante del país.

58

Llegamos al
94,1% de la
población
Nacional.
Pob Dane + 4 años
2025 49.810.730

SIN DUPLICIDAD

PERSONAS

46.862.388

Fuente: Alcances Marginales Tgi

SIN
DUPLICIDAD



44.961.702

Total Comunidad

SIN
DUPLICIDAD



36.830.090

Total Comunidad

SIN
DUPLICIDAD



4.708.162

Total Comunidad



6. Contenidos Relevantes

6. Contenidos Relevantes

Nuestro mayor impacto como empresa radica en la influencia que ejercen nuestros contenidos en la sociedad. Por eso, cada día nos esforzamos por dejar una huella positiva en la mente y el corazón de todos nuestros oyentes y usuarios. ¡Queremos informar, entretenir y acompañar a cada persona de la mejor manera!

Valores de Contenido

Transparencia	► Buscamos diferenciar claramente los contenidos editoriales de los comerciales
Respeto	► Hacemos uso de un lenguaje respetuoso en el cubrimiento de las noticias.
Pluralidad y equilibrio	► Buscamos respetar y reflejar la pluralidad de pensamiento y expresión en la información y las opiniones que difundimos.
Independencia editorial	► Buscamos la independencia editorial de intereses políticos, económicos o comerciales.
Relevancia	► 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 más alta 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.► Garantizar información de calidad proveniente de fuentes confiables y diversas.► Manejar la información priorizando el interés del oyente y manteniendo independencia frente a las fuentes.► Difundir únicamente información previamente confirmada en fuentes confiables.► Investigar y desarrollar nuestros contenidos para ofrecer valor agregado frente a la información del día a día.
Presencia regional	► Buscamos tener una fuerte presencia regional, cubriendo las noticias y los acontecimientos de todas las zonas del país.
Calidad humana	► Ejercemos nuestra labor periodística mediante el trabajo en equipo, en un ambiente de respeto y apoyo mutuo.
Responsabilidad	► No hacemos apología al delito.
Servicio a la comunidad	► Cuando tenemos la oportunidad apoyamos y cubrimos iniciativas públicas y privadas en beneficio de la población.
Protección de los derechos humanos	► Hacemos especial énfasis en la protección de los derechos de los niños, adolescentes, minorías y población vulnerable. Aplicamos la regulación existente sobre protección de la audiencia.



Entretenimiento

Compañía

- ▶ Buscamos acompañar a nuestros oyentes en todo momento con contenidos entretenidos, sintonizados con sus gustos, intereses y emociones.

Participación

- ▶ Escuchamos a nuestros oyentes y les ofrecemos canales de expresión.

Pluralidad

- ▶ Respetamos la diversidad de pensamiento.

Talento

- ▶ Resaltamos el talento nacional en los campos artístico y deportivo.

Servicio a la comunidad

- ▶ Cuando tenemos la oportunidad apoyamos y cubrimos iniciativas públicas y privadas en beneficio de la población.

Protección a la audiencia

- ▶ Hacemos énfasis en la protección de los derechos de los niños y adolescentes. Emitimos notificaciones cuando los contenidos no son aptos para menores.

Inmediatez

- ▶ Buscamos ser los primeros en información, música y deportes.

Responsabilidad

- ▶ Cuando lo consideramos necesario buscamos asesoría especializada para capacitar a nuestro personal en el manejo de contenidos sensibles.

Credibilidad

- ▶ La confianza de los oyentes es nuestro mayor activo. Por eso protegemos la credibilidad de nuestros contenidos diferenciando cuando obedecen a relaciones comerciales.

Privacidad

- ▶ Respetamos la intimidad, privacidad e integridad de las personas que hacen parte de nuestros contenidos especialmente en situaciones de luto, dolor o enfermedad.

Producción y Programación

El 2024 fue un año de grandes retos y cambios sustanciales de comportamiento en los consumos del audio que se ven reflejados en el incremento sistemático del consumo de *streaming*, que ya alcanza cerca del 25% de la audiencia total del país. Esto nos llevó a un cambio de pensamiento y a la necesidad de establecer la prioridad de formatos audiovisuales, así como una mayor atención y oferta de productos digitales como *podcast* y desarrollos permanentes para redes sociales.

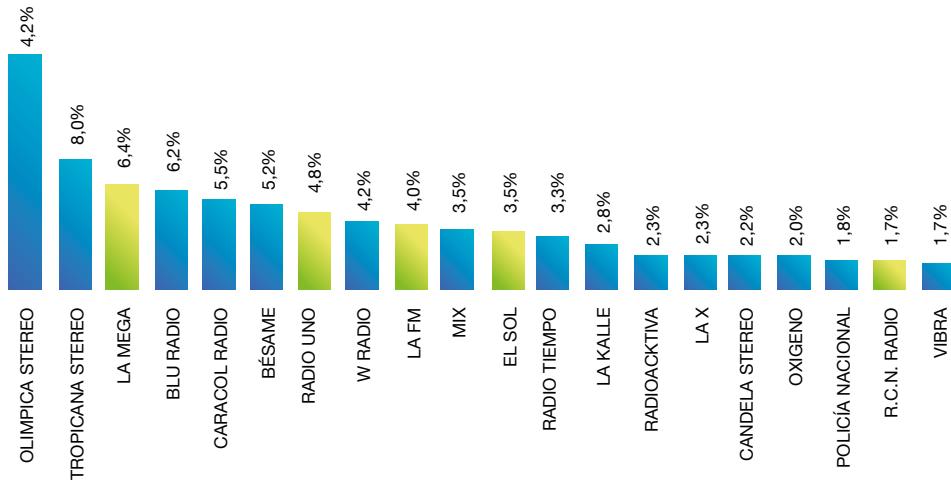
Obedeciendo a lo anterior los perfiles del talento se ven abocados a la necesidad de directores y disc jockeys polivalentes, es decir, que no solamente sean buenos al aire y al desarrollo de contenidos analógicos, sino también en la edición, grabación producción de formatos digitales. Actualmente, no se concibe una cabina de radio que no esté rodeada de condiciones adecuadas para el entorno audiovisual; la viralidad de los contenidos y los desarrollos 360° ya forman parte del presente de la radio. Nuestro compromiso, contempla estrategias encaminadas a un mundo tanto analógico como digital en iguales proporciones tanto de atención como de recursos.

Por otra parte, y como consecuencia de los momentos económicos que está sufriendo el mercado de la radio, nos vimos obligados a modificar sustancialmente la medición de radio en Colombia, reduciendo a dos Olas al año

(mayo y noviembre) los cierres, ampliando entonces el período de acumulación de encuestas a 6 meses y modificando la metodología y los sistemas de recolección, por un lado se reduce al 15% la cuota de paneles digitales, se introduce como novedad para Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, las encuestas presenciales, el otro 25% continúa en menores proporciones la recolección de información vía telefónica fija y continua la recolección de un 60% en telefonía celular.



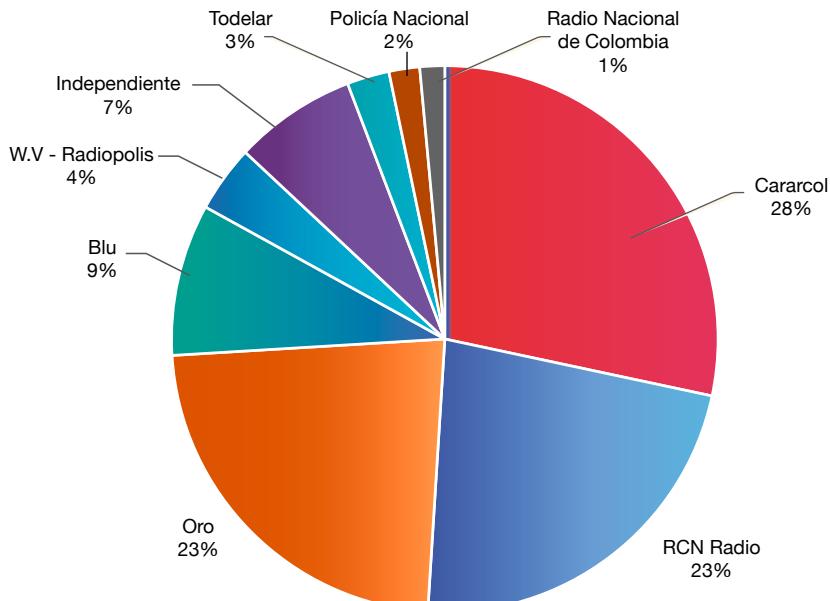
RANKING SISTEMAS A NIVEL NACIONAL



Fuente ECAR ola 3-2024

63

RANKING AUDIENCIA POR CADENAS RADIALES



Fuente ECAR ola 3-2024

6. Contenidos Relevantes



64



Generando valor y entretenimiento con nuestras emisoras



A lo largo de 2024, las emisoras efectuaron exitosos eventos, fortaleciendo su conexión con las audiencias a través de experiencias únicas en diferentes formatos.

Estas iniciativas incluyeron la presentación de artistas de distintos géneros musicales, adaptados al estilo de cada una de las emisoras, así como alianzas estratégicas que permitieron optimizar recursos, ampliar el alcance y ofrecer espacios de interacción entre los oyentes y sus artistas. Asimismo, se realizaron transmisiones en vivo no solo por las emisoras, sino también a través de plataformas digitales y redes sociales, para maximizar su alcance.

En el ámbito noticioso, las emisoras han alcanzado un gran reconocimiento gracias a su conexión directa con las comunidades, su enfoque social y su capacidad para informar de manera oportuna. Los informativos se caracterizan por su estilo directo, tono inclusivo, lenguaje cotidiano y cercano, y, sobre todo, por

su compromiso con las problemáticas de la gente, desde la denuncia de irregularidades hasta la cobertura de emergencias locales.

Las actividades de ayuda comunitaria demostraron el compromiso de las emisoras con el bienestar social. Su capacidad para movilizar oyentes y aliados estratégicos refleja la confianza y el impacto que tienen en las comunidades. Estas iniciativas no solo brindaron apoyo directo, sino que fortalecieron el vínculo entre las marcas y sus oyentes, consolidándolas como un medio que va más allá de la música.

Otro de los aspectos que se resalta son las campañas ambientales que las emisoras vienen realizando, las cuales tienen un sentido positivo y transformador. Al involucrar a las personas en actividades como jornadas de reforestación, reciclaje o limpieza de espacios públicos, se generan cambios de hábitos y se fortalece el sentido de pertenencia hacia el entorno.

Eventos Destacados



Bogotá

- ▶ Los Grandes de la Salsa
- ▶ 30 Años de Willy García
- ▶ Las Leyendas de la Salsa
- ▶ Concierto Marc Anthony - La Noche Salsera 2
- ▶ Concierto Amor y Amistad Salsa al Parque - Versión 25
- ▶ Fania All Stars Sinfónico

Ciudades

- ▶ Festival Internacional de la Salsa “El Duelo”
- ▶ Tour Vive la Salsa
- ▶ Concierto Gilberto Santa Rosa - 30 Años, 30 Éxitos de Willy García.
- ▶ Concierto Las Leyendas de la Salsa
- ▶ Vive La Salsa
- ▶ Caribe Soy
- ▶ La Gala del Merengue 2
- ▶ Quinto Festival Internacional de Salsa

Bogotá

- ▶ La Cantina Más Grande de Colombia
- ▶ Festival de la Leyenda Vallenata Despechonato
- ▶ Bingoconcierto
- ▶ La Noche del Despecho
- ▶ Maratón del Despecho 2
- ▶ Concierto Sírvalo Pues

Ciudades

- ▶ Festival del Chupe y la Cumbia
- ▶ Living Cantina
- ▶ Fiesta Caucana
- ▶ Concierto Tour Sin Rencor
- ▶ Concierto Giovanny Ayala y Los Inquietos
- ▶ Parrandas Vallenatas y Popular
- ▶ La Noche Mundial de la Cumbia
- ▶ La Cantina Tour
- ▶ Invicto Tour - Yeison Jiménez y Jhon Alex Castaño
- ▶ Noche Mundial del Vallenato



6. Contenidos Relevantes



Bogotá

- ▶ Sábados para la comunidad

Ciudades

- ▶ Campañas La Sillatón
- ▶ Campañas de recuperación de zonas verdes y Sembratón
- ▶ Campañas de donación de alimentos
- ▶ Viernes de Barrio: jornadas de servicios gratuitos con presencia de entidades distritales
- ▶ Campaña social "Ayudemos a Caminar"



Bogotá

- ▶ Programa La Media Mañana y Miniteca FM desde Cancún, Jamaica y Curazao
- ▶ Conciertos de Maná
- ▶ Festival Cordillera
- ▶ Concurso Paul McCartney Meet
- ▶ Feria ANATO
- ▶ Gira Mercedes-Benz

Ciudades

- ▶ Concierto de Rock en Español
- ▶ Hecho en Cali
- ▶ Campaña Reciclando por una causa, cada kilo cuenta
- ▶ Concierto God Save The Queen
- ▶ Concierto Vilma Palma e Vampiros
- ▶ La Fiesta del Fin del Mundo - Parte 3
- ▶ Concierto Los Prisioneros
- ▶ Concierto Akash
- ▶ Concierto La Factoría
- ▶ Concierto de la agrupación de rock Barón Rojo
- ▶ Cartagena con Valores



69



6. Contenidos Relevantes



Bogotá

- ▶ Premios Nuestra Tierra
- ▶ Megaland Músic Fest 2024
- ▶ Tour Estudiantil
- ▶ Media Maratón de Bogotá
- ▶ Recorridos Paranormales con El Cartel

Ciudades

- ▶ Tour Estudiantil
- ▶ 30 Años de La Mega
- ▶ Concierto Carlos Vives - Rock de mi Pueblo
- ▶ Ajedrez al Parque RCN
- ▶ Concierto de Blessd
- ▶ Sound Fest
- ▶ Concierto Dálmata



70



Eventos deportivos la emoción en cada cubrimiento

En 2024 se realizó la cobertura de los eventos deportivos más importantes del año, desde el fútbol hasta una amplia gama de disciplinas, lo que incluyó transmisiones en vivo, análisis previos y entrevistas exclusivas desde los diferentes escenarios deportivos.

En el ámbito futbolístico, Antena 2 y RCN Radio se destacaron con transmisiones de torneos internacionales como la Copa Mundial de Fútbol Femenina Sub-20, la Champions League, la Copa Libertadores, la Copa Sudamericana, las Eliminatorias al Mundial y la Copa América. Para este último torneo se organizaron transmisiones tanto para Antena 2 como para la Cadena Básica, con los diferentes grupos deportivos en la fase de grupos, los cuartos de final, las semifinales, el partido por el tercer puesto y la gran final.

En el plano nacional se ofreció una cobertura completa de la Liga, Copa, Torneo y Superliga BetPlay, brindando a los oyentes los relatos de nuestros periodistas deportivos, quienes transmitieron la emoción de cada partido.

Por otro lado, Antena 2 amplió su alcance en transmisiones, realizando el cubrimiento de otros eventos como los Juegos Olímpicos de París, con un gran despliegue informativo liderado por los especialistas en disciplinas olímpicas Héctor Urrego y Héctor Palau, apoyados por los periodistas José Agustín Martínez, Jairo Chávez, Aycardo



6. Contenidos Relevantes

Torres, Alberto Mercado, Mauricio Osorio, David Suárez y Jorge Molina.

También se tuvo presencia en la Expomedia de la Media Maratón de Bogotá, compartiendo con miles de asistentes y generando programas durante los días del evento. Igualmente, se brindó información sobre la Carrera Atlética de la Frontera, los Juegos Bolivarianos Juveniles, la Copa Davis y la Carrera Atlética del Pacífico, eventos que ocuparon un lugar destacado dentro de la programación.

El ciclismo también fue protagonista, con un cubrimiento de las grandes competencias internacionales como el Giro de Italia, el Tour de Francia, la Vuelta a España y la Vuelta a Cataluña, siguiendo de cerca la participación de los ciclistas colombianos.

A nivel nacional, se realizó la cobertura de la Vuelta a Colombia, la Vuelta a Antioquia, la Vuelta al Tolima, el Tour Colombia 2.1 y nuestro evento insignia, el Clásico RCN, el cual tuvo un rotundo éxito, consolidándose nuevamente como uno de los eventos de ciclismo más importantes del país. La participación de equipos nacionales e internacionales con ciclistas talentosos aseguró una competencia que reflejó el alto nivel deportivo de esta disciplina. El éxito del Clásico RCN 2024 reafirma su importancia no solo como uno de los eventos deportivos más destacados del país, sino también como un ejemplo de cómo el deporte puede trascender para generar impacto social.



La FM de RCN Periodismo que informa y conecta

En el primer semestre de 2024, La FM de RCN consolidó su posición como uno de los noticieros líderes en el ámbito radial, registrando un notable crecimiento en su audiencia en la franja de 6:00 a 10:00 a. m., reflejo de una estrategia exitosa de contenido y de un enfoque ajustado a las necesidades e intereses de su público.

El noticiero alcanzó una participación del 22 % del mercado radial, consolidándose como uno de los actores principales dentro de su categoría. Este desempeño reafirma su liderazgo y competitividad frente a otros noticieros.

El resultado se atribuye a factores como la calidad del contenido, con coberturas oportunas y análisis profundos de los temas más relevantes a nivel nacional e internacional, y a un equipo de periodistas y presentadores reconocidos, lo que fortalece la confianza y fidelidad de la audiencia.

En el segundo semestre, La FM de RCN inició una nueva etapa bajo el liderazgo de Juan Lozano Ramírez, marcando un renovado compromiso con la información y la actualidad. La emisora continúa adaptándose a las nuevas demandas de una audiencia en constante evolución, con un enfoque en la veracidad y la profundidad del contenido. El objetivo no es solo informar, sino también generar un espacio de reflexión sobre los eventos que impactan a la sociedad.

Por otro lado, se ha venido fortaleciendo la interacción con la audiencia a través de plataformas digitales, permitiendo un diálogo más cercano y participativo.

En su apuesta por fortalecer la presencia en las regiones, La FM de RCN realizó diversas giras por las ciudades de Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Cartagena y Sogamoso, abordando temas regionales junto a personalidades de los ámbitos político, económico, deportivo y cultural, y destacando las historias y logros de cada región.



Programas de RCN - Recorren Colombia



Al Fin de Semana, conducido por Indalecio Castellanos, ofreció una variedad de contenidos con entrevistas, música y cobertura de eventos culturales como el Hay Festival en Cartagena, el Festival de la Música Colombiana, la Feria del Libro, el Festival de la Leyenda Vallenata, el Reinado de la Ganadería, Expomedia y desde la mina de Drummond, en el municipio de La Jagua de Ibirico.

Asimismo, Nocturna RCN, con su director Julián Parra, participó en giras comerciales, trasladándose a diferentes ciudades y dando gran relevancia a los temas locales, regionales y nacionales de actualidad. Nocturna RCN se ha convertido en un referente de cercanía y conexión directa con la audiencia. En 2024, tuvo presencia en el Festival de la Leyenda Vallenata, el Festival Cuna de Grandes Tríos, las Fiestas del Río y la Feria Nacional de la Ganadería.

74



Digital

Objetivo	Resultados	Logro	Descripción
Redes sociales	Aumento	<ul style="list-style-type: none"> El alcance en redes sociales de la empresa alcanzó los 123 millones de personas promedio mensuales. Un aumento del 25% con respecto al año anterior. 	<p>Este crecimiento se debe a la implementación de una nueva estrategia de contenido y la optimización de los perfiles de la empresa en las principales redes sociales.</p> <p>Para aumentar el alcance en redes sociales, el área digital implementó una estrategia enfocada en la creación de contenido de valor para las audiencias objetivo de la empresa. Además, se optimizaron los perfiles en redes sociales para incrementar su visibilidad.</p>
Reproducciones de video	Aumento	<ul style="list-style-type: none"> Las reproducciones de video en redes sociales alcanzaron los 22 millones promedio mensuales. Un aumento del 30% con respecto al año anterior. 	<p>Este crecimiento se debe a la producción de contenido de video de alta calidad y a la promoción de los videos en las redes sociales.</p> <p>En el caso de las reproducciones de video, se produjo contenido audiovisual de alta calidad, relevante para las audiencias objetivo.</p>
Reproducciones de audio demanda	Aumento	<ul style="list-style-type: none"> Las reproducciones de audio en demanda en podcast y redes sociales alcanzaron los 6.490.342 promedio mensuales. Un aumento del 50% con respecto al año anterior. 	<p>Este crecimiento se debe al lanzamiento de nuevos podcast y al aumento en la promoción de estos en las redes sociales.</p> <p>Un hito clave en 2024 fue la implementación de una estrategia destinada a aumentar las reproducciones de audio bajo demanda. Se lanzaron diez nuevos podcast de interés para las audiencias objetivo, los cuales contaron con una estrategia de difusión en redes sociales para llegar a un público más amplio.</p>
Usuarios activos en aplicaciones de audio	Aumento	<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios activos en las aplicaciones de audio de la empresa alcanzaron los 267.216, lo que representa un aumento del 40% con respecto al año anterior. 	<p>Este se debe a la mejora en la experiencia de usuario de las aplicaciones y al lanzamiento de nuevas funciones, especialmente con la consolidación de RCN Mundo.</p> <p>Hubo un importante aumento de los usuarios activos en las aplicaciones de audio, especialmente en RCN Mundo, que fue lanzada en 2022, pero tuvo su año de consolidación en 2023.</p>

Capacitación a Periodistas y Colaboradores

En RCN somos conscientes de que nuestro mayor impacto como empresa radica en la calidad de los contenidos que emitimos. La capacidad que tenemos de llegar diariamente a miles de ciudadanos representa una gran responsabilidad y, al mismo tiempo, una oportunidad para dejar una huella positiva. Por esa razón, trabajamos para capacitarnos de la mano de expertos en temas sensibles y de interés nacional, como la salud mental, la diversidad, la equidad y la inclusión.

En alianza con el Departamento de Salud Mental de la Fundación Santa Fe de Bogotá, adelantamos dos talleres para entender la situación actual del país frente a este tema —accentuado por la pandemia— y con el fin de combatir los estigmas y apoyar la prevención.

Con la participación de 234 colaboradores, se desarrollaron las jornadas en las que se abordaron aspectos como la salud mental, su importancia, los signos de alarma, mitos y verdades, y el papel de la comunicación y el lenguaje en la gestión adecuada de las emociones.

Por otro lado, con la asesoría de USAID, desarrollamos talleres de capacitación sobre la importancia de la equidad, la diversidad y la inclusión para el bienestar, la productividad y la competitividad de las organizaciones. Durante las sesiones se habló sobre la diferencia entre igualdad, equidad y justicia, la importancia de defender los derechos humanos y de combatir la discriminación. Se hizo especial énfasis en el cuidado del lenguaje.





7. Movilización Social

Movilización Social

A lo largo de 2024, trabajamos para aprovechar al máximo nuestros activos radiales y digitales en beneficio del país. En alianza con entidades públicas, privadas y de cooperación internacional, desarrollamos proyectos de responsabilidad social orientados a mejorar las condiciones de vida de los colombianos, apoyándonos en contenidos de calidad, en nuestra capacidad de movilización y en nuestro talento.

El total de la inversión social en 2024 fue de
\$7.220.253.279
(Comunicación/pauta)

La mayoría en proyectos de:
Educación, Mujer, Salud, Cultura,
Medioambiente y Democracia



Además de trabajar para mejorar la calidad de nuestros contenidos, durante 2024 adelantamos diversas iniciativas con nuestras emisoras, orientadas a distintas causas: apoyo a la mujer, educación ambiental, promoción de la salud, prevención de la violencia, cultura, sostenibilidad, democracia, defensa de la empresa privada, entre otras.

Entre todos los proyectos adelantados resaltamos los siguientes:

MUJER

Una Decisión de Vida



El portal www.unadecisiondevida.com fue creado en 2007 con el fin de orientar a mujeres que se encuentran en conflicto con su embarazo. La iniciativa conecta a esta población con instituciones expertas que ofrecen orientación psicosocial, alojamiento, capacitación y herramientas para tomar la mejor decisión para ellas y sus bebés, ya sea que decidan asumir su rol como madres o tomen la decisión de entregar a sus hijos en adopción.

Durante el año 2024, el portal creció significativamente alcanzando **250.769 visitas** en comparación con el año 2023 que recibió 158.619. Asimismo, en el 2024 recibió más de **1.400 mensajes** en las diferentes líneas de atención como WhatsApp, correo electrónico, Instagram y Facebook. De la mano de las 12 fundaciones aliadas, *Una Decisión de Vida* impactó el proyecto de vida de miles de mujeres que recibieron orientación profesional y apoyo.

Durante el 2024, el comercial de UDV fue incluido en la parrilla permanente del Canal RCN y se mantuvo la pauta radial permanente para invitar a las usuarias.

7. Movilización Social

Campaña de Prevención de la violencia contra la mujer

La violencia de género sigue siendo una constante en nuestra sociedad, alimentada por fuertes prejuicios arraigados en la cultura. En el marco del **Día Internacional Contra la Violencia hacia Mujeres y Niñas**, desarrollamos una campaña educativa para combatir estereotipos, fomentar la denuncia y orientar a la audiencia frente a los canales gubernamentales de atención.

La campaña se amplificó por todos nuestros sistemas radiales y su contenido se adaptó a las audiencias específicas de cada emisora.



80

Empoderamiento Femenino

En línea con la necesidad de combatir la discriminación de género, adelantamos una estrategia junto con **Conexión ICCO**, enfocada en el empoderamiento y la participación femenina en todos los niveles de actividad económica.

A través de la campaña “**Las Mujeres empoderadas transforman los territorios**”, contamos la historia de mujeres que lideran proyectos productivos y emprendimientos en el Putumayo, logrando impactar positivamente a sus comunidades y alcanzar autonomía económica.



EDUCACIÓN



Subasta Deportiva Fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres

Desde el año **2007**, la Fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres **brinda becas a jóvenes** de recursos limitados en Colombia. Con la colaboración de RCN, en 2024 la fundación realizó una exitosa subasta deportiva para recaudar fondos para las becas. Desde RCN Radio, apoyamos el evento con **talento, objetos y experiencias** para la subasta, difusión y promoción a través de todos nuestros sistemas radiales.

Fundación Carolina

La Fundación Carolina es una de las organizaciones más destacadas en materia de educación y cooperación internacional. Durante 20 años ha otorgado becas a miles de colombianos, ayudándolos a ampliar sus horizontes profesionales.

Desde RCN apoyamos todas sus iniciativas, divulgamos sus convocatorias y celebramos su presencia en Colombia. En 2024 conmemoramos su aniversario con una campaña difundida a través de todas nuestras emisoras, que incluyó testimonios de algunos de sus beneficiarios



Ajedrez al Parque 2024

Ajedrez al **Parque RCN** es uno de los eventos deportivos y sociales más destacados de Cartagena, que en 2024 celebró **18 años** de compromiso ininterrumpido con la promoción de este deporte. El propósito fundamental de Ajedrez al Parque RCN es fomentar el ajedrez como una herramienta de desarrollo integral para los niños, **promoviendo habilidades** como la **concentración, la estrategia** y la **toma de decisiones**. Además, busca ofrecer un espacio de sano esparcimiento y entretenimiento para las familias y comunidades, fortaleciendo los lazos sociales y culturales.

Durante **más de una década**, este evento ha trascendido las fronteras del deporte, convirtiéndose en un motor de transformación social. Al reunir a más de **20.000 participantes**, Ajedrez al Parque RCN ha inspirado a las nuevas generaciones, destacando la importancia del ajedrez como un vehículo para la educación, el respeto y la disciplina.



Durante 2024 realizamos 14 jornadas en Cartagena y 3 jornadas en Cali y Palmira estos últimos eventos contaron con la participación de 340 jóvenes.

SALUD

Campaña contra el uso de pólvora

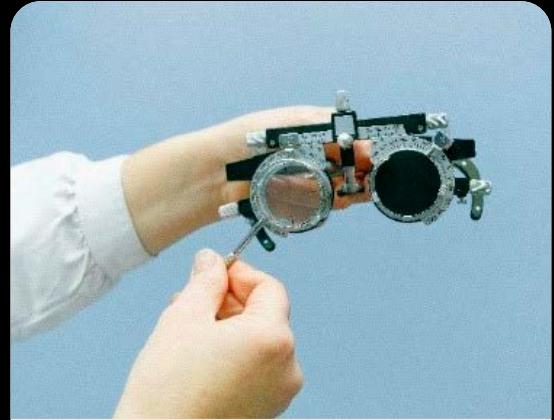
En diciembre de 2024 realizamos una campaña para sensibilizar a la sociedad sobre los riesgos y consecuencias del uso de la pólvora, promoviendo celebraciones seguras y responsables. A través de **mensajes educativos** sobre cómo ac-

tuar frente a una quemadura y sobre las **consecuencias devastadoras** de esta práctica, hicimos un llamado a la audiencia para buscar opciones sanas de celebración que no causen lesiones ni pongan en riesgo la vida.

Salud Mental - RCN Contigo

Comprometidos con el bienestar y la calidad de vida de nuestra audiencia, continuamos con el programa de radio especializado en salud mental **RCN Contigo**. En alianza con la Fundación Santa Fe de Bogotá emitimos más de 50 programas para orientar a la ciudadanía y darle herramientas para una gestión emocional adecuada.

De la mano de profesionales de la Fundación, ayudamos a combatir el estigma que rodea a las enfermedades mentales y promovimos herramientas prácticas para el manejo emocional. A través de nuestras líneas orientamos a la audiencia sobre el manejo de la ansiedad, los desórdenes alimenticios, las adicciones, la depresión, entre otros temas.



Salud Visual

Según datos del DANE, más de 200 mil personas en Colombia presentan ceguera, mientras que 1,2 millones tienen alguna discapacidad visual moderada o severa.

Ante esta situación, desarrollamos la campaña “Tu visión, nuestra misión”, en alianza con ROCHE y el Diario La República, para posicionar la importancia del cuidado de la salud visual como uno de los temas prioritarios en la agenda pública de país.

A través de mensajes estratégicos y conversaciones regionales con secretarías de salud en Bogotá, Bucaramanga, Cali, Medellín y Barranquilla, logramos comunicar los avances y desafíos en materia de salud visual en estas regiones.



Fundación
Santa Fe de Bogotá



Clásico RCN Social

Aprovechando la enorme acogida del Clásico RCN en todas las regiones del país, cada año buscamos agregarle un componente social. En esta oportunidad, implementamos campañas de promoción y autocuidado en salud, pedagogía sobre el aprovechamiento de residuos y el cuidado del medio ambiente.

En esta edición contamos con la participación de la **Fundación Operación Sonrisa Colombia**, con quienes difundimos un mensaje para sensibilizar a la población sobre las condiciones de labio fisurado y/o paladar hendido.

A lo largo de la carrera buscamos identificar casos que pudieran recibir apoyo y visibilizar la labor de la fundación en materia de atención médica, trabajo social, atención psicosocial a pacientes y sus familias.

Así mismo, en los puntos de llegada en las **9 ciudades**, entregamos kits de salud oral, y realizamos talleres lúdicos de promoción, prevención y autocuidado de la salud. En los talleres logramos impactar alrededor de 200 personas. La implementación de la campaña de comunicación alcanzó **1'541.697 personas** a nivel nacional.

83



Jóvenes Resilientes - ACDI/VOCA

En línea con nuestra preocupación por la salud mental, durante 2024 desarrollamos la campaña “Exprésate Saludablemente” en alianza con USAID y ACDI/VOCA. Esta iniciativa buscó impactar no solo a los jóvenes, sino a los padres, madres y cuidadores en el país, a través de contenidos estratégicos y cercanos sobre herramientas para la expresión sana de las emociones y habilidades de comunicación asertiva. Mediante los sistemas radiales de Radio Uno, El Sol y RCN Radio, promovimos contenidos pedagógicos útiles para la audiencia, enfocados en el desarrollo de habilidades que permitan crear lazos y relaciones sociales más fuertes, basadas en la confianza.

MEDIOAMBIENTE

Campaña Incendios Forestales

Debido a los graves incendios forestales que se presentaron en Colombia a mediados de 2024, identificamos la necesidad de generar conciencia sobre la importancia de preservar los bosques y páramos, así como de mitigar las prácticas que provocan estos fenómenos. Asimismo, la campaña buscó promover la denuncia ciudadana frente a situaciones de riesgo para los ecosistemas, como las quemas agrícolas ilegales, las fogatas mal apagadas y el manejo inadecuado de residuos, entre otras. La ejecución de esta campaña involucró a todos nuestros sistemas radiales a nivel nacional.



84

Megaland Sostenible

Como parte de nuestro compromiso con el medio ambiente, desarrollamos nuevamente la iniciativa Megaland Sostenible con el propósito de reducir al máximo el impacto del evento. Además de divulgar masivamente contenidos pedagógicos sobre la disposición adecuada de residuos, adelantamos una estrategia de separación y aprovechamiento que permitió recolectar un total de 1,6 toneladas de materiales como cartón, vidrio, papel, aluminio, ico-por, entre otros.



MEGALAND
Sostenible

ENEL

En los últimos años, Enel Colombia ha implementado diversos proyectos relacionados con la transición energética, orientados a beneficiar tanto a las comunidades involucradas como al medio ambiente. Aprovechando esta oportunidad, nos unimos a Enel Colombia para desarrollar una campaña sobre la transición energética en el país, el liderazgo de la compañía en el sector, así como sus aportes al cierre de brechas y al desarrollo de las regiones y comunidades de Colombia.

A lo largo de la ejecución de la campaña, se implementó un plan de comunicación integral que nos permitió llegar a las audiencias con una variedad de contenidos, alcanzando a más de 1.000.000 de personas.

enel



Educación Ambiental en Santander

Otro de nuestros aliados en el Clásico RCN Social fue la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB). Su participación durante las primeras etapas se centró en orientar y realizar pedagogía con las audiencias y la comunidad sobre el cuidado de la fauna silvestre, la adecuada gestión de residuos y la reducción del uso de plásticos de un solo uso, con el fin de promover desde las acciones cotidianas el cuidado del medio ambiente.

Por otra parte, con el objetivo de contribuir al cuidado de los recursos naturales y del entorno, la Electrificadora de Santander (ESSA) se unió al Clásico RCN Social durante las tres primeras etapas, para fomentar en la población del departamento el uso eficiente de la energía y la importancia de adoptar prácticas sostenibles en la vida diaria de las personas y las comunidades.



Ministerio de Ambiente

En vista de la importancia de la COP16 en materia de diversidad biológica, nos unimos al Ministerio de Ambiente para desarrollar una campaña de comunicación que conectara a todas nuestras audiencias con el desarrollo de la cumbre en Cali.



Aprovechando el alcance de nuestros sistemas radiales, informamos al país sobre la relevancia del evento, la urgencia de actuar frente al cambio climático, el deterioro global de la biodiversidad y su impacto en el futuro del planeta. Durante el desarrollo de las jornadas de la cumbre, implementamos contenidos especiales y noticiosos que mantuvieron a los oyentes informados con datos relevantes de la conferencia.

CULTURA

Festival Internacional de Música de Cartagena



Del 5 al 13 de enero, 12.000 asistentes disfrutaron de la “Sinfonía de la Naturaleza” del Cartagena Festival de Música. En esta edición se realizaron 24 conciertos (8 de ellos gratuitos), en los cuales 157 artistas (115 colombianos y 42 internacionales) deleitaron con su música los prin-

cipales escenarios de Cartagena: el Teatro Adolfo Mejía, las capillas de los hoteles Santa Clara y Santa Teresa, el Palacio de la Proclamación, el Auditorio Getsemaní, entre otros.

La versión XVIII del Cartagena Festival de Música permitió que los cartageneros y visitantes disfrutaran de artistas internacionales de la más alta calidad, como Ensamble Allegria, el violonchelista Santiago Cañón-Valencia, la Orquesta Juvenil de la Filarmónica de Bogotá y la Orquesta Sinfónica de Cartagena.

Como todos los años, acompañamos este evento cultural con promoción y cubrimiento de toda su programación, así como de su agenda académica y social.

86

Hay Festival

En 2024 se celebró la versión XIX del Hay Festival en Colombia, con más de 200 actividades en Jericó, Medellín, Cartagena y Barranquilla. Como todos los años, los principales representantes de la literatura, el periodismo, la ciencia y la historia deleitaron a más de 62.000 asistentes (13.000 en Jericó, 4.600 en Medellín, 44.000 en Cartagena y 450 en Barranquilla). La comunidad digital del Hay Festival alcanzó 1.130.936 usuarios en Colombia y el mundo.



Desde RCN continuamos apoyando este importante evento cultural, al que hemos estado vinculados desde su creación. Además de contribuir con la comunicación y el posicionamiento del festival, realizamos un amplio cubrimiento de su componente comunitario, que en 2024 incluyó 24 actividades en barrios populares y municipios aledaños a Cartagena, como Bayunca, San Jacinto y Turbaco.



Feria Internacional del Libro de Bogotá -FILBO

Con el fin de promocionar la lectura, nos aliamos con Corferias para aumentar la convocatoria de la edición #36 de la Feria del Libro de Bogotá. Mediante contenidos digitales y secciones radiales innovadoras, divulgamos los principales exponentes de la Feria e invitamos a la audiencia a participar de su valiosa agenda. Cerca de 600 mil personas asistieron al evento que tuvo como país invitado a Brasil.

Festival Mono Núñez

Durante 2024 se celebraron los 50 años del Festival de la Música Andina Colombiana Mono Núñez, que tuvo lugar del 30 de mayo al 2 de junio. Como parte de nuestro compromiso con la promoción de la cultura, y especialmente de la cultura colombiana, desde RCN Radio apoyamos su divulgación y difusión en todos nuestros sistemas radiales.

Este festival es uno de los más reconocidos en su género y, sin duda, una parte fundamental del patrimonio cultural colombiano.

El festival contó con diversas actividades, como el concurso de intérpretes, el concurso de obras inéditas, el festival en la plaza, el concierto internacional de música, el concierto patrimonio cultural y, por supuesto, su evento más importante de cierre: la gran final.



Festival Nacional Música Colombiana

Del 21 al 23 de marzo se llevó a cabo en Ibagué la versión 38 del Festival de la Música Colombiana, uno de los encuentros musicales más importantes del país, en el que los bambucos, las guabinas y los tiples fueron los protagonistas. Como todos los años, patrocinamos el evento y apoyamos su convocatoria a nivel nacional.



Esta edición contó con más de 60 eventos para todos los públicos y 1.000 artistas en escena, quienes participaron en concursos, encuentros y conciertos. La gran fiesta de la música colombiana incluyó también a destacados artistas tolimenses y de talla nacional e internacional, como Andrés Cabas, Adriana Lucía, Los Gaiteros de San Jacinto, María Isabel Saavedra, Katie James, Raquel Zozaya y la Gran Rondalla Colombiana.

Nuestra contribución se enfocó en pauta radial en diferentes emisoras, como RCN Radio y La FM, a nivel nacional, con el fin de promover este gran evento, considerado patrimonio cultural y artístico de la nación.

DEMOCRACIA



Colombia Líder

Es una iniciativa que busca visibilizar las buenas prácticas de los gobernantes y promover noticias positivas que inspiren nuevos liderazgos. Este año, en nuestra calidad de socios aliados de esta corporación, apoyamos la difusión del Premio Construyendo Sueños, un reconocimiento a los planes de desarrollo locales

que mejor incluyen y protegen a la niñez, la adolescencia y la juventud en Colombia. A través de nuestras emisoras, dimos visibilidad a los ganadores de Puerres, Yacopí, Chocontá, Funza, Popayán, Bucaramanga y los departamentos de Cauca y Boyacá.

Para nosotros, en RCN Radio, es fundamental resaltar los liderazgos políticos positivos que existen en las regiones y promover sus buenas prácticas a nivel nacional. Asimismo, compartimos la agenda académica de Colombia Líder, que durante todo el año capacita a gobernantes de todo el país.

EMPRESA PRIVADA

Banco de Bogotá

Uno de los baluartes de nuestra responsabilidad como medio consiste en defender las instituciones y la empresa privada, esta última como gran generadora de desarrollo económico y social.

En esa línea, de la mano del Banco de Bogotá, desarrollamos una estrategia masiva para darle visibilidad al sector empresarial, a los emprendedores y a las microempresas. A través de contenidos innovadores, compartimos con la audiencia la importancia de las pe-



queñas y medianas empresas para el progreso del país, así como testimonios inspiradores de resiliencia empresarial.

Federación Nacional de Departamentos - Con toda por Colombia

El progreso de Colombia, sin duda, está ligado al de las regiones. Por cuarto año consecutivo, continuamos nuestra alianza con la Federación Nacional de Departamentos para difundir las iniciativas y proyectos más relevantes que se están gestionando desde los 32 gobiernos departamentales.



DIÁLOGOS QUE SUMAN POR COLOMBIA



En 2024, hicimos énfasis en el desarrollo económico y en la articulación necesaria entre el sector público y el privado. Con nuestros medios radiales, televisión y La República, recorrimos el país con los “Diálogos que suman por Colombia”.

El objetivo de esta iniciativa fue crear espacios de conversación entre los gobiernos departamentales, líderes empresariales y de opinión, y el sector privado, con el fin de impulsar el desarrollo económico y la generación de empleo.

Los diálogos se realizaron en Bucaramanga (empleo y agricultura), Medellín (empleo y seguridad), Barranquilla (empleo y turismo) y Cali (empleo e innovación).



FND Federación Nacional de
Departamentos

DE LO INFORMAL A LO FORMAL:

REPENSAR

EL MERCADO LABORAL

70

LA REPUBLICA
CORPORACIÓN PARA
EL DESARROLLO DE LA SEGURIDAD SOCIAL



Codeess

En línea con nuestra misión de apoyar el desarrollo empresarial en el país, desarrollamos una estrategia de la mano de la Corporación para el Desarrollo de la Seguridad Social (CODESS) para combatir la informalidad laboral y promover buenas prácticas que aseguren espacios de trabajo seguros.

Mediante contenidos en RCN Radio, el Canal RCN y La República, apoyamos la estrategia de CODESS a nivel nacional, logrando un alcance de 2.232.963 personas y superando los 43'540.000 impactos (fuentes: ECAR-CNC).

89

Asofondos

En medio de la incertidumbre generada por las reformas legales impulsadas por el gobierno y tramitadas en el Congreso, durante 2024 realizamos un gran esfuerzo para acompañar a las empresas y a la ciudadanía respecto a su posible impacto. Mediante contenidos pedagógicos, orientamos a la audiencia y resolvimos muchas de sus inquietudes.

asofondos

Iniciativas sociales desde las regiones

Además de los proyectos liderados por los departamentos de Responsabilidad Social y Mercadeo Social, las ciudades promueven una amplia variedad de iniciativas sociales, muy importantes tanto para las regiones como para el país.

Las gerencias regionales de RCN, junto con los directores de las emisoras locales, trabajan de manera constante en la creación de propuestas diseñadas para mejorar el bienestar de sus audiencias. Entre estos proyectos, se destacan los siguientes:

Pereira con Valores

En la primera edición de Pereira con Valores premiamos las iniciativas sociales que impactan de forma positiva a las comunidades de la ciudad. En esta oportunidad, las categorías fueron: vida, civismo, pereirana, sostenibilidad, emprendimiento, cultura, educación y deporte.

Cada iniciativa ganadora recibió \$1.000.000 para continuar invirtiendo en su proyecto. Desde RCN Radio, convocamos e hicimos visible el compromiso de todas las personas que trabajan por la comunidad sin esperar reconocimiento a cambio.



Reciclatón con RCN Radio Cali

En alianza con la Fundación Jeison Aristizábal, las emisoras de RCN Radio Cali realizaron una campaña de reciclaje con un fin social: conseguir una silla de ruedas por cada tonelada de material reciclado.

Semanalmente, se realizaron transmisiones desde los puntos de recolección de las donaciones de los oyentes. Gracias a esta iniciativa, se entregaron 156 sillas de ruedas en colaboración con la Fundación, beneficiando a personas en condiciones de discapacidad.



Construcción del Colegio ABC PRODEIN

La Fundación ABC Prodein ha liderado la construcción de un colegio en el distrito de Aguablanca, en Cali, para responder a las necesidades educativas de una gran zona desatendida. Desde RCN Radio, nos unimos mediante una campaña de recolección de fondos que permitió vincular a la empresa privada.

Gracias a la solidaridad ciudadana y al liderazgo de Prodein, más de 5.000 niños de recursos limitados tendrán acceso a educación de calidad en condiciones dignas. El colegio será inaugurado en abril de 2025.



Radio Uno Cali: visita a los reclusos

Con motivo del Día de la Virgen de las Mercedes, la emisora Radio Uno Cali visitó la cárcel de Villa Nueva para llevar alegría, esperanza y música a los internos. El evento fue acompañado por el artista Jhony Rivera.

Ayudatón Banco de Alimentos RCN Radio Cali

Este año, la Cruz Roja en Cali realizó una jornada de donación de sangre en cuatro centros comerciales. Desde RCN Radio Cali apoyamos la iniciativa, promoviendo la convocatoria en todos nuestros activos radiales y acompañando las campañas desde los puntos de donación.



Sillatón RCN Radio - Cali

Con Radio Uno Cali, Radio Calidad y la Fundación GANE, nos unimos para entregar sillas de ruedas a personas con discapacidad que se encuentran en situación de alta vulnerabilidad. Este año se entregaron 24 sillas.



91

Ayudatón Banco de Alimentos RCN Radio - Cali -

A mediados de 2024, el Banco de Alimentos de Cali atravesaba un momento difícil. Por ello, desde RCN Radio Cali creamos una campaña de comunicación para fomentar la donación y acompañar a los puntos de recolección. Gracias a esta iniciativa, se lograron recoger 226 toneladas de alimentos, que también se compartieron con la población damnificada de Istmina y Quibdó.



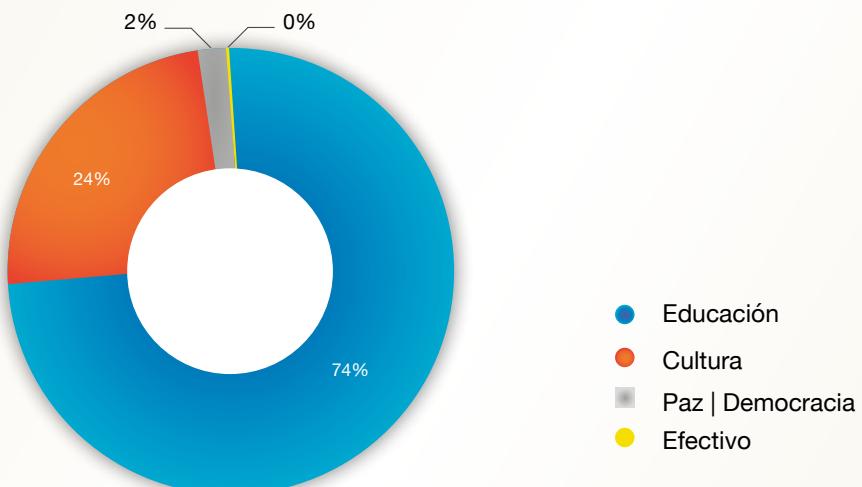
AYUDATÓN 2024
Banco de Alimentos Cali
TODA AYUDA CUENTA

Inversión social

En el año 2024, continuamos fortaleciendo nuestro foco de inversión social, concentrado en la cultura, la educación, la paz y la democracia.

Donación de Pauta según prioridades de inversión social

Enero - Diciembre 2024





8. Premios y Reconocimientos

Premios y reconocimientos a nuestros talentos

Periodistas del sistema informativo 2024

Queridos periodistas,

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento y felicitaciones a cada uno de ustedes por los premios y reconocimientos que recibieron en 2024. Su dedicación, profesionalismo y pasión por contar historias son fundamentales para nuestro trabajo y para la sociedad en general.

El periodismo es una pieza clave en la construcción de una sociedad informada, crítica y participativa. Valoramos profundamente su esfuerzo por ofrecer noticias, crónicas y notas periodísticas de calidad, que enriquecen los contenidos y fortalecen nuestro compromiso con la verdad y la transparencia.

Su trabajo no solo enaltece su profesión, sino que también es parte esencial de nuestro núcleo y de la misión que compartimos. Gracias por su entrega y por ser un ejemplo de excelencia en el periodismo.

¡Felicitaciones nuevamente y sigan adelante con ese espíritu de compromiso y pasión!



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A NUESTROS TALENTOS

NAILETH BRUGÉS

Directora de RCN Radio en La Guajira

Premio de Periodismo de El Cerrejón, reconoció en la categoría de Entrevista en primer lugar para el trabajo: *“Los frutos de los guajiros: el secuestro del padre de Luis Díaz”*

GERALDINE ROZO

Periodista en Bogotá del Sistema Informativo Integrado

Premio de periodismo Financiero de Asobancaria en Categoría Radio, por el trabajo: *“Cómo se comporta la economía en sector vivienda”*.

PERIODISTAS DEL SISTEMA INFORMATIVO INTEGRADO

Sandra Hernández, Aldair Rodríguez, Nayleth Brujes, Lina Cárdenas, Karoll Álvarez, Jesús Prado, Carlos Quilindo, Luis Eduardo Acosta, María Molina, Alejandro Rosero y Esperanza Rico .

Diplomas del Círculo de Periodistas de Bogotá como reconocimiento a un *“Contenido periódico de alta calidad”* por el trabajo *“La Ruta de los Migrantes”*, emitido en la FM de RCN Radio.

DIRECTOR DE RCN RADIO BARRANQUILLA

Recibió el premio de periodismo investigativo Silvia Galvis, 2024

Por el trabajo *“Los paramilitares de la Sierra Nevada de Santa Marta administran el turismo en el Caribe colombiano”*.

RENAN FONTALVO

Director RCN Radio

Premio Nacional de Periodismo *“La Bagatela”*, otorgado en la ciudad de Cúcuta, por el reportaje investigativo *“Los paramilitares de la Sierra Nevada de Santa Marta administran el turismo en el Caribe colombiano”*, 2024.

JAIRO OROZCO ESPINOSA

Locutor Armenia

Reconocimiento del diario La Crónica del Quindío: se publicó un homenaje titulado *“Jairo Orozco Espinosa, un señor productor de la radio en el Quindío”*, 2024.

RUBÉN DARÍO GÁLVEZ

Premio Cristo Rey como reconocimiento a su labor periodística. 2024

OSCAR LÓPEZ

Del programa La Tertulia de RCN Radio Cali

Premio Nacional de Periodismo FASECOLDA 2024. Sobre el tratamiento de emergencias en Cali.

JAIRO PÉREZ

Periodista

Reconocimiento en favor de la verdad, la ética y la credibilidad en el ejercicio de su labor, otorgado por la Policía del departamento de Córdoba, 2024.

MILLER ARIAS

Director de RCN Radio en Popayán

Reconocimiento del Concejo Municipal de Popayán a la labor periodística durante más de 35 años en el Cauca, 2024.

MANUEL BRISNEDA

Director en Ibagué

Reconocimiento al mérito como comunicador social, otorgado por la Asamblea Departamental del Tolima, 2024.

YAMILETH DÍAZ

Directora de RCN Radio en Neiva

Nominación al premio departamental de periodismo Carlos Enrique Salamanca 2024

RCN RADIO

Reconocimiento del Hospital Universitario de Neiva, 2024.

ANYI CUETO

Directora de RCN Radio Santa Marta

Reconocimiento a la excelente labor periodística, otorgado por la Policía Metropolitana de Santa Marta (MESAN), 2024.

Micrófonos de Oro

Nos complace compartir que, en 2024,
el reconocimiento de la presidencia “Micrófono de Oro”
celebró sus primeros 20 años de historia.

Desde su creación, esta distinción ha sido una manera
especial de rendir homenaje a aquellos personajes
de la vida nacional y a las empresas aliadas que,
con su talento y dedicación, han contribuido a hacer
de nuestro país un lugar mejor para todos.

Este aniversario es una oportunidad para sentirnos
orgullosos de lo que hemos construido juntos y para seguir
fortaleciendo nuestro sentido de pertenencia y comunidad.

¡Gracias por ser parte de esta gran familia RCN Radio!

María Victoria Mejía Isaza

Directora Nacional de Contabilidad e integrante
del Comité de Alta Dirección. 20 años en RCN
Radio; laboró hasta 2023 en la Cadena.

Luis Cárdenas Satizabal

El Chango, comentarista deportivo. 34 años en
RCN Radio; nos acompañó hasta 2023.

Rubén Dario García Zuluaga

Gerente Regional de la Costa. 40 años en RCN
Radio, entre 1983 y 2023.



Concursos

GRI 401-2, 404-2



Concurso Interno de Crónicas “Antonio José Caballero”

Décima Versión

En 2024 se celebró la premiación del Concurso Interno de Crónicas, creado en homenaje de la Presidencia de RCN Radio a Antonio José Caballero (Q.E.P.D.), quien, con su pluma, nos ilustró sobre los hechos y acontecimientos más trascendentales de Colombia y el mundo a través de sus letras.

El propósito de este concurso es estimular la crónica periodística radial, como parte de la identidad de los contenidos de RCN Radio. En él participan periodistas, disc jockeys y directores de emisoras.

En esta versión, se hizo un merecido reconocimiento en la modalidad de crónicas a seis periodistas de RCN Radio, quienes han plasmado con gran habilidad historias del país en temas sociales, culturales, políticos y deportivos. A través de estas crónicas, se recordó, en el ámbito musical, a Omar Geles en el acordeón; en lo social, a la destacada Natalia Ponce de León, ejemplo de valentía y coraje; en la gastronomía, los sabores de la tierra y de la comida colombiana; y en el deporte, momentos de angustia y dolor del país con Andrés Escobar, culminando con la épica celebración del 5-0, espacio de gran brío por esos jugadores que nos dieron la lección del “sí se puede” cuando se trabaja bajo un objetivo común.

A estos seis ganadores, nuestras felicitaciones por este premio, con el cual queremos continuar nuestro derrotero de hacer las cosas bien y contarlas con un profundo sentido de verdad.

8. Premios y Reconocimientos



La creatividad, la disciplina, el empeño y la veracidad hacen que este concurso sea reconocido en el mundo periodístico colombiano: 1.556 crónicas escritas en más de 20 ciudades del país.

98



Concurso Interno de Crónicas “Antonio José Caballero” RCN Radio, Décima Versión

Primer puesto

Mery Yuliana Metaute Londoño, ciudad de Medellín, Cargo: Periodista

Título de la Crónica: La vida no termina aquí: Treinta años sin Andrés Escobar.



Segundo puesto

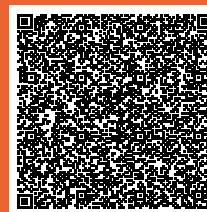
María Alejandra Vence Pava, ciudad Valledupar, Cargo: Directora de Noticias.

Título de la Crónica: “Una vida marcada con notas que nunca se olvidarán: así es el legado de Omar Geles en el acordeón de los recuerdos”.

Tercer puesto

Mauricio Collazos, ciudad de Bogotá
Cargo: Periodista

Título de la Crónica: “La llamada de la infancia: Diez años del ataque con ácido a Natalia Ponce de León.



Menciones de Honor

Gresi Valeska Alvarado Ríos, ciudad de Bogotá, Cargo: Periodista

Título de la Crónica: Caldo, chorizo, chicharrón y jugos afrodisíacos: La ruta gastronómica de Corabastos.

Fuera de categoría

Augusto Nicolás Samper Camargo – comentarista deportivo, y Christian Javier Solano Obando – editor de contenidos multimedia.

Título de la crónica: El país de 5-0: Treinta del partido Colombia versus Argentina.



8. Premios y Reconocimientos

Versión interna

GRI 401-2, 404-2

En RCN Radio destacamos las habilidades de lectura, escritura y expresión oral; es por ello que, hace 14 años, se creó el Concurso Interno de Cuento (CIC), el cual cuenta con diferentes categorías para que todos los colaboradores de la Cadena y sus familias puedan participar.



CATEGORÍA 1

Primer puesto: Ibagué
Josué Camilo Méndez Sánchez
Cuento: LA NUBE QUE TENÍA
MIEDO A LA LLUVIA
Nieto de Angela Constanza
Sánchez Contreras
Servicios generales



CATEGORÍA 2

Primer puesto: Ibagué
Nikol Camila Nieto Gómez
Cuento: EL BOSQUE DE LOS
SUSURROS
Sobrina de Adriana Bedoya
Mendoza
Asesora comercial



CATEGORÍA 3

Primer puesto: Cajamarca
Ana Sofía Quintero Villada
Cuento: 1950 CALIFORNIA,
HOSPITAL ESTATAL ATASCADERO
Hija de Gloria Amparo Villada
Martínez
Secretaria



CATEGORÍA 4

Primer puesto: Ibagué
David Antonio Quintero
Cárdenas
Cuento: EL GOLPE DEL
DESTINO
Analista de facturación



CATEGORÍA 5

Primer puesto: Medellín
Sandra Milena Castañeda
Moncada
Cuento: CICLO DEL AMOR
Madre de Yenifer Carolina
Prada Castañeda - Disc Jockey



100

Versión externa

Como ejercicio de inclusión y responsabilidad social, en el 2024 participaron en el Concurso de cuento, versión externa 668 niños de 16 escuelas de 13 instituciones educativas del Municipio de San Francisco en Cundinamarca.

Cuentos postulados

668 cuentos

16 escuelas

11 ganadores



Algunos de los niños ganadores, en compañía del Dr. Fernando Molina Soto y del Dr. Hernán Mosquera Vila.

101



Alumnos escuelas de
San Francisco
Cundinamarca



Docentes
escuelas de
San Francisco -
Cundinamarca

Participación

Categoría	# de cuentos
1. Preescolar	73
2. Primaria	462

Categoría	# de cuentos
3. Secundaria	64
4. Nocturna	51



9. Talento Humano



Nuestro talento humano
está conformado por:

1,366 colaboradores
40% mujeres
y 60% hombres



La alta dirección, comité ejecutivo,
y estratégico está conformado por:

15,4%
son mujeres

84,6%
son hombres

El 51,2% de los
colaboradores está
entre 30 y 50 años

294 Mujeres

406 Hombres

El 54,25% de
nuestro talento
esta en la categoría
profesional/senior

552 Mujeres

814 Hombres



Características Generales del Talento Humano

GRI- 2-8, 401-1

En RCN Radio estamos comprometidos con la gestión del talento humano. Nos basamos en cuatro fases: seleccionar el mejor talento, evaluar su potencial, desarrollarlo y mantenerlo, lo cual es esencial para el core del negocio.

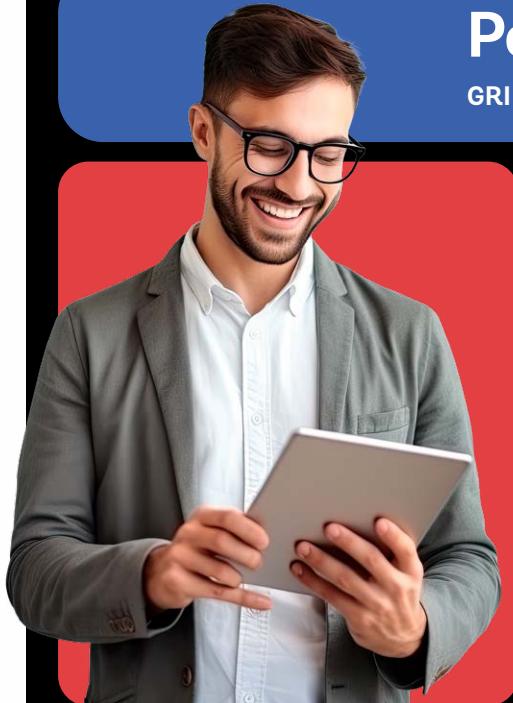
104

En 2024, nuestro talento estuvo presente en ocho regionales de Colombia: Antioquia, Boyacá, Centro, Costa, Eje Cafetero, Occidente, Santander y Tolima; distribuidos en 44 ciudades, con un total de 1.366 colaboradores, quienes, con sus habilidades y talentos, hicieron que RCN Radio estuviera presente en un alto porcentaje del territorio colombiano.

Regional	Ciudades	Número de Trabajadores
Antioquia	Medellín, La Ceja, Rionegro, Fredonia, Caucasia	134
Boyacá	Duitama, Sogamoso, Barbosa, Tunja, Villa de Leyva, Villa Pinzón	53
Centro	Bogotá, San Andrés, Villavicencio	509
Costa	Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, Lorica, Montería, Planeta Rica, Sincelejo, Valledupar, Riohacha	170
Eje Cafetero	Armenia, Manizales, Pereira, Cajamarca	111
Occidente	Cali, Pasto, Popayán, Buga, Tumaco, Tuluá, Sevilla, Buenaventura	166
Santander	Bucaramanga, Cúcuta, Ocaña, Barrancabermeja, San Gil	131
Tolima	Ibagué, Girardot, Espinal, Neiva	92
Total Trabajadores		1366

Políticas

GRI 412-1



POLÍTICAS TALENTO HUMANO

Dentro de los derroteros que se ha propuesto la Cadena está la sana convivencia. Al ser RCN Radio un medio de comunicación con presencia en casi todas las regiones del país, caracterizadas por su riqueza y variedad cultural, social y étnica, está comprometida con los principios y la filosofía de la sostenibilidad y el respeto a los derechos humanos, tanto en sus actuaciones internas (trabajadores y familias) como externas (oyentes, usuarios, clientes, proveedores, comunidad, Estado y accionistas).

En el marco de nuestros lineamientos corporativos, está proteger a todos y cada uno de los colaboradores de la Cadena, para lo cual se fijaron las siguientes políticas:

POLÍTICA DE BUEN GOBIERNO

Establece las directrices y principios que aseguren una gestión ética, transparente y responsable. Esto busca promover la confianza de los públicos, garantizar la toma de decisiones adecuada, proteger los intereses de la Cadena y sus stakeholders, y fomentar una cultura organizacional basada en la integridad y la rendición de cuentas.

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS

Busca establecer los lineamientos de obligatorio cumplimiento relacionados con el respeto a los Derechos Humanos, así como mitigar cualquier consecuencia negativa que se pueda generar en alguna actividad conexa.

POLÍTICA DE DESCONEXIÓN LABORAL

Establece los criterios de la desconexión laboral de los trabajadores en las relaciones laborales de RCN Radio.

POLÍTICA DE EDUCACIÓN

Busca mejorar el nivel educativo y las competencias de sus trabajadores contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.

POLÍTICA DE EQUIDAD, DIVERSIDAD, Y NO DISCRIMINACIÓN

Promover y respetar los valores y derechos humanos, así como las diferencias sociales, políticas, religiosas, étnicas, culturales, económicas, de edad, género, estado civil, nacionalidad, orientación sexual, discapacidad o cualquier otra condición que pueda ser excluyente. Política de formación y desarrollo de competencias: Contar con un talento humano competente que fortalezca una cultura enfocada en la innovación y en la excelencia operacional.

POLÍTICA DE FORMACIÓN Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS

Contar con un talento humano competente que fomente una cultura centrada en la innovación y la excelencia operacional.

POLÍTICA DE PERMI- SOS Y LICENCIAS

Reglamentar, a nivel de empleado, los permisos y licencias para ausentarse durante el horario de trabajo, con el fin de garantizar un debido control y disciplina en el otorgamiento de los mismos.

POLÍTICA DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

El objetivo de la Política de Seguridad y Privacidad de la Información es preservar la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad, salvaguardando los activos estratégicos de información de RCN Radio que dependen de, o hacen uso de, las tecnologías de la información y las comunicaciones.

POLÍTICA Y PROGRAMA SAGRILAF

Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva.



POLÍTICAS DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE ACOSO LABORAL Y SEXUAL

Bajo la ley 2365 de 2024 – Medidas de prevención protección y atención del acoso sexual en el ámbito laboral. Esta política tiene como objeto prevenir el acoso sexual laboral, así como, investigar, corregir y sancionar los casos que se presenten. Además, busca establecer.

PREVENCIÓN CONSUMO ALCOHOL Y SUSTANCIAS PSICOACTIVAS

Promueve campañas preventivas en contra del alcohol y sustancias psicoactivas, y realiza actividades de promoción y preventión de alcoholismo y drogas que extiende hasta sus hogares y actividades sociales extralaborales.

SEGURIDAD VIAL

Desarrollar, implementar, mantener y mejorar permanentemente las estrategias y acciones tendientes a lograr un excelente desempeño en seguridad vial durante el cumplimiento de sus funciones.

PROGRAMA ÉTICA EMPRESARIAL

Tiene como objetivo formular y comunicar las políticas, valores y principios establecidas por la alta dirección de la Cadena orientados a garantizar la realización de su función de manera ética, transparente, honesta y esté en condiciones de identificar, detectar, prevenir y atenuar los riesgos relacionados con el soborno y prácticas corruptas. En el mismo se encontrará los lineamientos a seguir por los trabajadores, contratistas, proveedores, oyentes, usuarios y anunciantes, con el fin de evitar dichos actos de corrupción y sobornos al interior de la Compañía.

VIVIENDA

Contribuir al bienestar y calidad de vida de los trabajadores de RCN Radio y su familia mediante préstamos favorables y con intereses bajos para la adquisición de vivienda.

FONDO DE EMPLEADOS

Dar respuesta a las solicitudes de ingreso, retiros parciales o totales y préstamos de asociados al Fondo de Empleados de RCN Radio, de acuerdo con lo definido en sus estatutos.

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 sostenibilidad, responsabilidad social empresarial, calidad, seguridad y salud en el trabajo, respeto por el individuo, la comunidad y la protección del medioambiente, seguridad de la información, así como por la rentabilidad y continuidad del negocio.

MANUAL PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES

Proporciona directrices claras y consistentes para que el equipo encargado pueda gestionar las plataformas digitales de manera efectiva, profesional y alineada con la imagen y los valores de la Cadena.

VIÁTICOS

Definir el concepto de "viáticos" y "gastos de viaje" al igual que fijar las normas y procedimientos que rigen su reconocimiento por parte de la empresa. Se solicitarán "viáticos" cuando se trata de un funcionario vinculado por nómina y "gastos de viaje" cuando se trata de un funcionario vinculado por Sociedad.

PACTO COLECTIVO

Define derechos, obligaciones, beneficios y responsabilidades de ambas partes, buscando promover un ambiente de trabajo justo, equitativo y armónico. Provee por mejorar las relaciones laborales, garantizar la estabilidad en el empleo y asegurar que las condiciones de trabajo sean claras y justas para todos los involucrados.

Finalmente, los valores y principios que han identificado a RCN Radio, así como sus compromisos con la sostenibilidad, demuestran nuestra responsabilidad en garantizar el respeto por los derechos humanos de todos nuestros trabajadores. Destacamos que contamos con colaboradores de todas las regiones, genera-

ciones, estados civiles, antigüedad y géneros. La participación en los programas de bienestar presenta un componente destacado con relación a los hombres (63 % mujeres – 37 % hombres). Nuestras políticas de formación, vivienda y otros programas no presentan ninguna exclusión de género; son abiertas y voluntarias.

Comité de Convivencia Laboral

GRI 401-2, 2-30

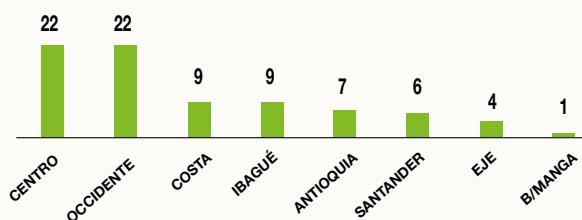
En RCN Radio promovemos un ambiente de trabajo respetuoso y saludable.

Para contribuir a la protección de los colaboradores, propender por la mejora de sus condiciones laborales y salvaguardarlos contra los posibles riesgos psicosociales que puedan afectar su salud en las actividades laborales, se cuenta con el Comité de Convivencia Laboral, compuesto por dos representantes del empleador y dos de los trabajadores, con sus respectivos suplentes.

Durante el año 2024 se presentaron un total de 80 procesos disciplinarios. Los motivos con mayor incidencia fueron los siguientes: malos procedimientos en las labores de producción, incumplimiento de los procesos comerciales, llegadas tarde e inasistencias a la jornada laboral.

Por regional, las regiones Centro y Occidente presentan el mayor número de procesos disciplinarios, con un total de 22 cada una. A su vez, las ciudades con mayor número de casos fueron Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla.

Disciplinarios por Regional



107

Como mecanismo de control y cumplimientos se cuenta con:

Cumplimiento de las normas y leyes colombianas.

Contrato de trabajo.

Reglamento interno de trabajo.

Auditoría sello de sostenibilidad.

Informe de sostenibilidad.

Valores de contenido en noticias y emisoras musicales.

Línea ética, Línea opine y sugiera.

Buzón de sugerencias.

Comité de convivencia.



108

Donde tú
quieras





Beneficios Económicos para el Colaborador y sus Familias

GRI 412-2, 2-30

En RCN Radio creemos que la combinación de la estrategia organizacional con el talento adecuado impulsa la transformación. Es por ello que proveemos bienestar a nuestros colaboradores y sus familias, ofreciendo beneficios extralegales, auxilios generales, hábitos de ahorro, planeación financiera, auxilios educativos, actividades lúdicas, deportivas, recreativas y de impulso al emprendimiento, con lo cual apoyamos a nuestros talentos a ser más competitivos y alcanzar niveles de desempeño superiores.

109

Primas Extralegales y Auxilios

GRI 401-22-30

Más del 85 % de los colaboradores de la Cadena fueron beneficiados en 2024, recibiendo apoyos por un valor total de **\$9.390.991.970**, correspondientes a **3.427** auxilios entregados. Es importante destacar que 1.220 colaboradores hacen parte del pacto colectivo.

AUXILIOS

Generales: Anteojos, matrimonio, maternidad, defunción

Educativos: Kínder, primaria, bachillerato, técnico, tecnólogo, universitario

Primas de antigüedad (25, 30, 35, 40, 45 años)

Primas extralegales y extralegables de vacaciones

Bonificaciones de transporte diurno y nocturno

LICENCIAS

En 2024 se otorgaron **56 licencias**, entre Ley María y licencias de luto, por un valor total de **\$40.606.857**.

Bienestar

GRI 401-2, 2-30

El programa de bienestar cubre a todos los colaboradores de RCN Radio y a sus familias, y tiene como fin promover un estilo de vida saludable. Esto se ejecuta a través de estrategias, actividades, medidas y beneficios que fomentan la calidad de vida laboral.

En 2024, para la realización de algunas actividades se contó con el apoyo de aliados como ARL Bolívar, Caja de Compensación Familiar Colsubsidio, las cajas de compensación de las ciudades, así como EPS, SIMPLE, ARESS y anunciantes.

Actividades – Cobertura colaboradores RCN Radio

Actividades realizadas en el año
39

Participación Nacional

Número de colaboradores a diciembre 2024 **1368**
Participaron durante el año (conteo por trabajador) **1072**



Participación Nacional

Total trabajadores a diciembre de 2024 **1368**

Mujeres: 549 **40%**

Hombres: 819 **60%**

Distribución por Tipo de Actividad

Culturales **13**

Sociales **9**

Lúdicas / Recreativas **9**

Deportivas **6**

Celebración / Reconocimiento fechas especiales **2**

Alcance

Bogotá **24**

Ciudades **15**

Mental **15**

Física **13**

Ciudad en la salud

Emocional **12**



Resaltamos del programa de bienestar integral

- ▶ Pacto colectivo.
- ▶ Política educativa.
- ▶ Portal RCN Aprende.
- ▶ Portal empresarial propio, que incluye servicios transaccionales para el trabajador.
- ▶ Fondo de empleados.
- ▶ Concursos internos de cuento y crónicas: el primero, extensivo al trabajador y a toda su familia ampliada.
- ▶ Pausas activas y lúdicas.
- ▶ Premio al mejor gerente de RCN Radio.
- ▶ Entrega del Micrófono de Oro.
- ▶ Septiembre, mes del amor y la salud, con el lema “Por un bienestar sostenible”; la agenda contiene temas de salud integral (física y psicosocial), medioambiente, actividades lúdicas y recreativas.
- ▶ Desarrollo de actividades como celebración de fechas especiales, por ejemplo: Día de la Familia, con el concurso de bingo.
- ▶ Publicaciones como el Boletín Entre Nos, con 17 años de existencia y más de 200 ediciones. Reedición en 2023 de los libros Diccionario de Estilo RCN Radio y Redactor RCN Radio.
- ▶ Permisos remunerados por cumpleaños y para atender asuntos personales, días de descanso en Navidad y Año Nuevo.
- ▶ Pago oportuno de la nómina, según los acuerdos establecidos.
- ▶ Estabilidad laboral.

Lineamientos

El programa de bienestar de RCN Radio contempla una visión ampliada de todo aquello que genere y facilite la calidad de vida del trabajador, desde el inicio de su ingreso a la empresa y enmarcado en los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

Incluye temas de selección, contratación, administración de personal, inducción, bienestar, formación, competencias, clima organizacional, comunicaciones y sistema integrado de gestión (calidad, medioambiente, seguridad y salud en el trabajo, seguridad de la información y sello de sostenibilidad), certificados por ICONTEC.

Un factor importante de bienestar está relacionado con la calidad de las condiciones y los elementos del puesto de trabajo.

Categoría bienestar y clima organizacional

RCN Radio recibió el premio Inspiradores de Tranquilidad de Seguros Bolívar en la categoría Bienestar Empresarial ARL Bolívar.

Este reconocimiento refleja años de trabajo dedicados a la definición de políticas, estrategias y programas, así como al desarrollo de actividades en cada uno de los subprocesos orientados al talento humano.



Actividades Lúdicas, Recreativas y Deportivas

GRI 401-2, 403-5, 403-6

CELEBRACIONES, DÍAS DE:

Periodista, mujer, locutor, secretaria, padre, madre, familia, telecomunicaciones.

LÚDICAS - CAMPEONATOS DE:

Parqués, fútbol, yenga, ajedrez, fútbol tenis, volibol, media maratón de Bogotá, rana, bienvenida mes del amor y la salud, día de disfraces, novenas de navidad, bingo Familia RCN.

SEPTIEMBRE MES DEL

AMOR Y LA SALUD

Cuidado físico: taller de entrenamiento lúdico, visual, auditivo y corporal, donación de sangre, salud física y nutrición; atención psicológica; **actividades osteomusculares**: pausa con danza, yoga, cuidado del corazón, meditación, autocuidado; establecimiento de rutinas.

SOSTENIBILIDAD:

Feria emprendedora (emprendimientos de trabajadores y sus familias), concurso árboles de Navidad con material reciclable.

LÚDICOS:

concurso de karaoke, taller de gastronomía (postres), juegos de realidad virtual, concurso de conocimientos en SST.



Formación y desarrollo

Gri 401-1, 401-2, 401-3, 403-5

Capacitación

Política de Formación y Desarrollo de Competencias

Contar con un talento humano competente que fortalezca una cultura enfocada en la innovación y en la excelencia operacional es una de las metas que promueve la Vicepresidencia de Talento Humano. En 2024, se instauró la Política de Formación y Desarrollo de Competencias, con la cual se busca mejorar el rendimiento y la productividad, focalizándose en:



Fortalecer la competitividad



Fomentar la innovación
y adaptación al cambio.



Aumentar la satisfacción
y retención del talento.



113

RCN Radio ha definido una Política de Formación y Desarrollo, la cual tiene los siguientes objetivos:

Contar con un talento humano competente que fortalezca una cultura enfocada en la innovación y en la excelencia operacional.

Promover el desarrollo integral de los trabajadores, sus competencias y habilidades.

A partir del desarrollo profesional de los trabajadores, lograr las metas definidas por la empresa y sus procesos, así como garantizar, mediante el crecimiento del talento humano, la continuidad del negocio.

Direccionamiento para lograrlo

Política educativa

Busca apoyar a los colaboradores con un beneficio de hasta el 50 % en el pago de matrículas educativas, cubriendo al colaborador, a su hijo, cónyuge y demás familiares (nietos, sobrinos).



COSTO TOTAL ESTUDIO \$ 696.085.380

Asumido por el trabajador \$ 356.880.710

Asumido por RCN Radio en canje \$ 339.204.670

130

BENEFICIOS

Un trabajador
puede tener más
de un beneficio.

16

UNIVERSIDADES

20

CIUDADES

84

BENEFICIADOS

3

CÓNYUGES

39

HIJOS

3

OTROS



RCN Aprende

GRI 404-3



Es un centro de formación propio de la Cadena, diseñado para proporcionar desarrollo profesional y bienestar, enfocado en:

- Compartir y divulgar conocimientos e información de interés para los trabajadores de la Cadena.
- Desde este portal, los colaboradores pueden:
- Realizar cursos cortos y gratuitos en línea.
 - Acceder a contenidos de manera sencilla y permanente, sin necesidad de guardar o imprimir.
 - Compartir y divulgar información y conocimientos relevantes para los trabajadores de la Cadena.

115

Áreas del Conocimiento

GRI 404-3

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



Administración
del personal



Bienestar



Calidad



Clima organizacional



Competencias



Desarrollo
y soluciones TI



Gestión documental



Medioambiente



Seguridad de la
información



Seguridad y Salud
en el Trabajo



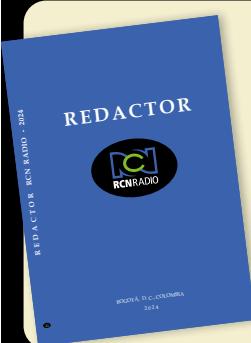
Sostenibilidad

Publicaciones y comunicaciones

Gri 404-3

En RCN Radio resaltamos la importancia de informar sobre lo que hacemos; por ello, las comunicaciones y publicaciones contribuyen a la transparencia, la sostenibilidad y la responsabilidad social de la Cadena. En ellas no solo damos a conocer nuestro desempeño, sino también nuestro compromiso con prácticas sostenibles y responsables que benefician a la sociedad y al medio ambiente.

Conscientes del papel que desempeñamos en la sociedad, en 2024 se actualizaron dos ediciones: el Diccionario de Estilo RCN Radio y Redactor, cuyo objetivo es fortalecer las competencias de los colaboradores —especialmente de quienes hacen parte de los procesos core del negocio—, así como ampliar el alcance y conectar con diferentes segmentos de la audiencia, fomentando el sentido de pertenencia y la participación.



REDACTOR

Redactor RCN Radio
Segunda edición: 2013
Tercera edición: 2024
Revisión realizada por el profesor Fernando Ávila.
Bogotá, D. C., Colombia – 2024

DICCIONARIO DE ESTILO RCN RADIO

Primera edición: 2017
Segunda edición: 2024
El Diccionario de Estilo RCN Radio es una recopilación elaborada por Fernando Ávila, basada en expresiones escuchadas en el noticiero de La FM y en los escritos publicados en las páginas de la Cadena.
La obra consta de 30 fichas ortográficas que orientan sobre cómo hablar y escribir correctamente. Este trabajo se complementa con el manual Redactor RCN Radio – 2024.



Entre Nos Boletín

Medio de comunicación interno cuyo propósito es informar de primera mano sobre hechos de interés, con el fin de mantener a las partes interesadas informadas y comprometidas. Ofrece información precisa y relevante que permite conocer más sobre la cultura interna, SST, capacitaciones, sostenibilidad, calidad y seguridad de la información, entre otros temas.

Desde 2007, se han publicado 213 ediciones mensuales de manera ininterrumpida: 18 años en contacto con nuestra razón de ser, nuestros colaboradores.

¹ En las nuevas ediciones se incluyeron actualizaciones del Diccionario de la lengua española (RAE, Madrid, 2016). Estas contaron con la dirección del profesor Fernando Ávila, docente universitario, conferencista empresarial —especialmente en medios informativos— y consultor en diferentes medios hablados y escritos sobre temas de lenguaje, ortografía y redacción. Ha sido jurado de concursos de ortografía y es autor de más de 25 libros sobre el idioma, entre ellos: Español correcto para dummies, La vuelta al español en 80 guías, Dónde va la coma, En busca del verbo preciso, Cómo se escribe, Noticia y Ortografía 2015.

Portal empresarial

Con el fin de comunicarnos de manera ágil y amena con nuestros colaboradores, contamos con un portal empresarial en el cual pueden gestionar sus actividades relacionadas con selección, inducción, bienestar, formación, desarrollo de competencias, administración de personal, sistemas de gestión, políticas y reglamentos.



Fondo de Empleados

GRI 401-2

Mejorar la calidad de vida de los asociados ha sido la gran premisa desde hace más de 21 años, cuando se creó el Fondo de Empleados de la Cadena. Actualmente, cuenta con el 68 % de los colaboradores afiliados y ofrece servicios de ahorro y crédito.

El Fondo es una entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, constituida por trabajadores asociados.



117

Fondo de Empleados

Conceptos	Número	Valores
Número de Asociados	910	
Valor Ahorro		4.007.888.947
Número de préstamos efectuados	1150	
Valor préstamos durante el periodo		2.769.358.769
Saldo préstamos a 31 de diciembre		2.333.932.932
Número de retiros de ahorros efectuados	770	
Valor retiro de ahorros		1.749.258.369

SG-Seguridad y Salud en el Trabajo

GRI 403-1, 403, 2-403, 4 – 403, 5-403, 6–403, 7– 403, 8, 403-9

El tema de desarrollo, salud y seguridad del talento humano reviste gran importancia, ya que en RCN Radio se fomenta un entorno laboral seguro y saludable. Con ello, se busca promover una cultura de autocuidado, fortalecer el liderazgo, impulsar el crecimiento personal y garantizar el bienestar físico y mental de todos los colaboradores.

Como resultado de la auditoría realizada por la Administradora de Riesgos Laborales Bolívar al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), se obtuvo una calificación del 98 % sobre 100 %, reflejo del compromiso y la gestión efectiva en esta materia.

Asimismo, se evidenció un retorno positivo de la inversión en el marco de la alianza con la Administradora de Riesgos Laborales Bolívar, fortaleciendo el SG-SST de la Cadena.

**Actividades y
capacitaciones**

39

Servicio médico

77

* Dato en millones de pesos





Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)

Como parte de su Sistema Integrado de Gestión, RCN Radio cuenta con la certificación en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), otorgada por ICONTEC, así como con una validación anual legal realizada por la Administradora de Riesgos Laborales Bolívar, que en el año 2024 arrojó un resultado de 98/100.

Este sistema contempla, entre otros aspectos, los siguientes:

- ▶ Enfoque de seguridad y salud en el trabajo: la política institucional propende por ambientes seguros, saludables y armónicos en todas

las actividades que desarrollamos. Controlar y reducir los riesgos de la Seguridad y salud en el trabajo.

- ▶ Matriz de peligros.
- ▶ Procedimientos documentados.
- ▶ Normogramas.
- ▶ Planes de emergencias.
- ▶ Matriz legal en seguridad y salud en el trabajo.
- ▶ Informes periódicos a los comités de alta dirección acerca del desempeño del sistema.
- ▶ Comités de convivencia laboral.
- ▶ Comités paritarios de seguridad y salud en el trabajo.

Programas y actividades

- ▶ Equipo de auditores certificados por ICONTEC en Seguridad y Salud en el Trabajo.
- ▶ Capacitaciones presenciales y virtuales en promoción de la salud y prevención de la enfermedad, así como campañas en estos mismos temas.
- ▶ Evaluación y seguimiento a condiciones de salud.
- ▶ De la misma manera, se hace seguimiento a los períodos de vacaciones de los trabajadores.
- ▶ Entrega de dotaciones teniendo en cuenta las características climáticas de las regiones.
- ▶ Programa de vigilancia epidemiológica cardiovascular, osteomuscular, psicosocial, auditiva, visual y de voz.
- ▶ Se cuenta con una enfermera que tiene estudios en Seguridad y Salud en el

Trabajo, así como con una médica ocupacional.

- ▶ Cada sede y lugar de trabajo se encuentra dotado y dispuesto con los recursos para la realización de las actividades, y son ambientes de trabajo seguros y saludables.
- ▶ Apoyo de la Administradora de Riesgos Laborales ARL Bolívar en todas estas actividades, así como de otras entidades: Bomberos, Policía, Alcaldías, Cruz Roja y Cajas de Compensación.
- ▶ Pausas activas y lúdicas, este último como componente psicosocial.
- ▶ El programa de bienestar contempla actividades que fortalecen estos temas: charlas, actividades lúdicas y recreativas. Septiembre: mes del amor y la salud.
- ▶ Se tiene un portal llamado RCN Aprende, donde se

ofrecen cursos cortos virtuales sobre estos temas.

- ▶ Para proteger la salud y asegurar el descanso del talento humano, se realiza un control de horas extras, dominicales y festivos.
- ▶ Inspecciones de seguridad planeadas a infraestructura, equipos y herramientas de trabajo.
- ▶ Certificaciones en trabajo en altura, manipulación de alimentos y manejo de armas.
- ▶ Con el apoyo de la ARL se realizan cursos y capacitaciones en temas relativos a los riesgos y sus controles.
- ▶ Un componente importante del buen desempeño del SG-SST es la inspección a instalaciones y equipos, así como las visitas a puestos de trabajo, lo que permite la prevención y el control de los riesgos.

119

Accidentalidad

- ▶ Durante el año 2024 se registraron 19 accidentes, la mayoría de ellos relacionados con caídas leves a nivel y golpes, ocasionados principalmente por falta de atención o autocuidado, y no necesariamente derivados de las labores propias del trabajo.
- ▶ Desde hace más de 12 años no se reportan enfermedades laborales ni fallecimientos, lo que refleja el compromiso permanente de la Cadena con la prevención, la seguridad y el bienestar de sus colaboradores.

9. Talento Humano

Número, frecuencia y gravedad de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales por sexo

Indicadores de accidentabilidad	Mujeres	Hombres
N.º de horas efectivas trabajadas por género	1.380.559	2.458.278
N.º de días perdidos por accidentes de trabajo	129	115
N.º de accidentes con baja (sin contar in itinere)	11	9
N.º de enfermedades profesionales detectadas	0	0
N.º de fallecimientos resultantes de accidente laboral o enfermedad profesional	0	0
Índice de frecuencia de accidentalidad	7,968	3,661
Índice de gravedad de accidentalidad	0,180	0,017

Absentismo

Horas relacionadas con licencias de luto, sanciones e incapacidades

Criterios tenidos en cuenta	Mujeres	Hombres
Licencias luto	1040	872
Sanciones	1128	472
Incapacidades	14900	7628

Tanto las licencias de luto e incapacidades tienen el reconocimiento económico de acuerdo con la legislación laboral vigente.

120



Auditoría legal de seguimiento:

Validación de los estándares mínimos del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo resolución Resolución 0312 de 2019, realizada por la ARL Bolívar.

Evaluación de:

Recursos, Gestión integral del SG-SST: gestión en salud, gestión de amenazas, gestión de peligros y riesgos, verificación del SG-SST y mejoramiento continuo.

Resultado: 98/100

Auditoría por el Consejo Colombiano de Seguridad al Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, por concurso en Inspiradores de Tranquilidad.

Premio otorgado por la ARL Bolívar.
Al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, por los resultados en accidentalidad en una población de más de 1.000 trabajadores.

Resultado: Máxima categoría ORO

De los factores evaluados, se obtuvo el máximo puntaje en recursos, gestión integral, verificación del SG-SST y mejoramiento continuo.



121



9. Talento Humano

En el año 2024 se realizaron **19 Cursos Virtuales**, con la participación de **397 colaboradores**, mediante la plataforma **PROFE Bolívar ARL Bolívar**.

Cursos Cortos

- Introducción a la AI (Inteligencia Artificial).
- Fundamentos de Excel (nivel intermedio).
- Fortalecimiento de líderes de alto desempeño.
- Seguridad y Salud en el Trabajo para Gerentes y líderes de proceso.
- Charla virtual: Acoso sexual laboral.

Salud osteomuscular

- SPA móvil “Relajación total” Ciudades Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira e Ibagué.
- Pausas activas con sillas de descanso.
- Pausas activas con el puesto de trabajo.
- SPA cuello y espalda.
- SPA manos.

Salud Cardiovascular

- Huerta casera
- Charla hablemos de azúcar
- Charla “Anatomía de un snack”

122

Salud mental

- Taller de salud mental.
- Charla: Gestión de la frustración
- Charla: Reacciones impecables ante situaciones difíciles.
- Taller: Técnicas de respiración.
- Taller de yoga.
- Charla: Gestión de la tristeza.
- Charla: Mejorando la calidad del sueño.
- IV Jornada de Primeros Auxilios Psicológicos.

Actividades sostenibles

- Jornada de donación de sangre.
- Feria de emprendimiento familiar.

Seguridad y Salud en el Trabajo

- Feria SST: prevención de riesgos (Brigada y COPASST).
- Campañas internas sobre higiene postural y salud visual.

SST

- 19 cursos cortos virtuales, con la participación de 397 colaboradores, mediante la plataforma PROFE Bolívar de la ARL Bolívar.

Actividades lúdicas

- Concurso nacional de karaoke. En el día final del evento asistieron aproximadamente 250 trabajadores, tanto de manera presencial como virtual.



10. Sistemas de Gestión



Sistema Integrado de Gestión

GRI 2-7, 2-22

El Sistema de Gestión de la Cadena tiene como estructura una gestión por procesos, una forma de organizar el trabajo donde el foco central es la visión del cliente. Se busca gestionar los procesos de manera estructurada, promoviendo siempre la mejora continua y flujos de trabajo eficientes. El Sistema Integrado de Gestión de RCN Radio está conformado por los siguientes componentes: Calidad, Medioambiente, Seguridad y Salud en el Trabajo, y Seguridad de la Información.

En RCN Radio, el Sistema Integrado de Gestión (SIG) se implementó en 1996, con el propósito de gestionar los procesos de manera estructurada, buscando siempre la mejora continua y la eficiencia operativa. Desde entonces, nuestra motivación ha estado orientada a estandarizar y establecer indicadores de rendimiento de los procesos y servicios, lo que nos ha permitido alcanzar mayores niveles de eficiencia y efectividad.

En estos 28 años de incorporación del Sistema de Gestión, hemos logrado el cumplimiento de las normativas y regulaciones aplicadas anualmente, tanto de forma obligatoria como voluntaria, lo que nos ha llevado a consolidarnos como una empresa sostenible.

Es importante resaltar que somos auditados en nuestros cuatro sistemas de gestión y en el sello de sostenibilidad por el ente ICONTEC. Asimismo, se realiza la auditoría legal de seguimiento —validación de los estándares mínimos del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, según la Resolución 0312 de 2019— efectuada por la ARL Bolívar. La evaluación comprendió los siguientes aspectos: recursos, gestión integral del SG-SST, gestión en salud, gestión de amenazas, gestión de peligros y riesgos, verificación del SG-SST y mejoramiento continuo, obteniendo un resultado de 98/100.

Que ofrece cada sistema:

La integración de los sistemas permite que las normas cuenten con una estructura compatible y coherente. De esta manera, hemos buscado aprovechar sinergias, simplificar procesos, evitar duplicidades y mejorar la eficiencia de la Cadena.

El Sistema de Gestión de la Calidad busca satisfacer las necesidades del cliente y garantizar la competitividad de la Cadena.

El Sistema de Seguridad de la Información, busca garantizar que los riesgos relacionados con la información estén adecuadamente gestionados, y que la Cadena pueda prevenir, detectar y responder a incidentes de seguridad de manera eficaz.

El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo busca garantizar que el talento humano desempeñe sus actividades en condiciones seguras, libres de riesgos y de enfermedades laborales.

El Sistema de Gestión Ambiental, busca proteger el ambiente y prevenir la contaminación.

SG-Sistema de Gestión de la Calidad

La importancia del Sistema de Gestión de la Calidad en RCN Radio radica en su capacidad para garantizar que todos los servicios y contenidos que ofrecemos sean de la mejor calidad posible. Este sistema nos permite mantener altos estándares, mejorar continuamente nuestros procesos y satisfacer las expectativas de nuestra audiencia y colaboradores. Además, refleja nuestro compromiso con la excelencia, la innovación y la responsabilidad, fortaleciendo la confianza de quienes nos escuchan y asegurando que sigamos siendo una emisora confiable y líder en el sector.

Es importante destacar que el Sistema de Gestión de la Calidad es transversal a todos los sistemas de la Cadena, lo que significa que integra y apoya cada área y proceso, promoviendo una cultura de mejora continua en toda la organización.

Durante el año 2024, se dio continuidad al seguimiento y mejora de nuestros sistemas de gestión mediante capacitaciones, campañas de sensibilización, asesorías a procesos, seguimiento a acciones correctivas y de mejora, así como la realización de auditorías internas y externas.

Auditorías Internas



Ciudades auditadas:
38

Cuatro sistemas de gestión auditados:

- ▶ Sistema de Gestión de la Calidad
- ▶ Sistema de Gestión Ambiental
- ▶ Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo
- ▶ Sistema de Gestión de Seguridad de la Información

Principal área para la mejora:

Fortalecer los métodos de análisis de causas, como la técnica de los cinco porqués.

Auditorías externas

125

Sistema de Calidad Norma NTC ISO 9001: 2015

Sistema de Medioambiente Norma NTC ISO 14001: 2015

Seguridad y salud en el trabajo Norma NTC ISO 45001: 2018

Seguridad de la información Norma NTC ISO27001: 2013

Los sistemas están certificados por ICONTEC hasta el 2025

Sello de sostenibilidad (2020*-2023)

92, 32, categoría excelencia

Otorgado por



10. Sistemas de Gestión



En RCN Radio trabajamos diariamente para mitigar nuestro impacto ambiental y promover una mayor conciencia entre nuestros oyentes. Hemos implementado programas de sensibilización, concienciación y formación en buenas prácticas para el uso eficiente, eficaz y racional de los recursos, con especial énfasis en la gestión de la energía, el agua, los residuos, los combustibles y la reducción de nuestra huella de carbono.

RCN RADIO

126

16 años

Con la certificación del Sistema de Gestión de la Calidad.



CALIDAD
Norma NTC ISO
9001: 2015

1 años

Con la certificación del Sistema de Gestión de Medioambiente.



MEDIOAMBIENTE
Norma NTC ISO
14001: 2015

Más de 10 años

Sin registros de enfermedad laboral.



SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
Estándares mínimos legales

11 años

Con la certificación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.



SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
Norma NTC ISO
45001: 2018

2 años

Con la certificación del Sistema de Seguridad de la Información.



SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN
Norma NTC
ISO27001: 2013

8 años

Con el Sello de Sostenibilidad, con nivel de excelencia, máxima categoría.



SELLO DE SOSTENIBILIDAD
2024

Sistema Gestión Ambiental

GRI 302- 303-304-305-306



Desde la declaración de los principios y valores enunciados en 1996, la Cadena ha adoptado una filosofía basada en la responsabilidad y el compromiso con el medio ambiente, el respeto por el individuo y la comunidad, y el cumplimiento de los requisitos establecidos por la ley. Esta filosofía se refleja en diversas iniciativas orientadas a fomentar la conciencia ambiental y el uso responsable de los recursos, como el agua, la energía y los residuos, entre otros.

Componentes del Programa de Gestión Ambiental

127

1. ENERGÍA

Asegura la utilización más eficiente de los recursos energéticos.

2. GESTIÓN DE AGUA

Adoptar medidas que garanticen el uso y manejo eficiente del agua.

3. RESIDUOS

Desarrolla estrategias y acciones para prevenir, mitigar, restaurar o compensar los impactos al ambiente. Promueve el fortalecimiento de una mayor conciencia ambiental.

4. COMBUSTIBLE

Garantiza el uso más eficiente de los recursos energéticos.

5. HUELLA

Se realizan acciones y se establecen estrategias para disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero.

La gestión ambiental es esencial para RCN Radio, ya que influye directamente en la sostenibilidad, la reputación y el desempeño económico de la empresa. Cumplimos con las leyes y regulaciones ambientales, asegurando que nuestras operaciones se desarrollen dentro de un marco legal, condición fundamental para la continuidad del negocio.

A partir de la Matriz de Aspectos e Impactos Ambientales, el Programa de Gestión Ambiental define sus líneas de acción con base en cuatro componentes estratégicos, que orientan la implementación de medidas en favor del bienestar y la sostenibilidad ambiental. Los objetivos son los siguientes:

Lineamientos Ambientales y de Cambio Climático

Compromiso	Objetivo	Indicadores
AMBIENTAL: Promover el desarrollo sostenible como un factor presente en todas nuestras actuaciones.	Controlar y mitigar los riesgos e impactos ambientales relacionados con la operación de RCN Radio, mediante el manejo adecuado de residuos y el uso racional de la energía, el agua y otros recursos.	Gestión de los Residuos Gestión del Agua - Gestión de la Energía - Gestión del Combustible
CAMBIO CLIMÁTICO: En RCN Radio estamos comprometidos con la promoción, difusión y gestión de buenas prácticas orientadas al cambio climático, desarrollando acciones que permitan compensar los impactos ambientales.	Promover una cultura de sostenibilidad y contribuir a la lucha contra el cambio climático mediante acciones internas y externas.	Disminución de emisiones de GEI: Implementar acciones de mitigación y compensación mediante la sensibilización sobre el cuidado y manejo de los recursos, las buenas prácticas ambientales y el cambio climático. Apoyar causas sociales que contribuyan al bienestar de las comunidades y al desarrollo sostenible.

Indicadores

128

Para cada uno de los componentes del programa y con el objetivo de disponer de indicadores que permitan evaluar la efectividad de las acciones implementadas, se han definido:

	Componente	Objetivo	Meta - Reducir	Indicador
AMBIENTE	GESTIÓN DE LOS RESIDUOS	Disminuir la cantidad de Residuos Peligrosos generados	El Consumo en 1%	Kilos / Año
		Disminuir la cantidad de residuos No Peligrosos generados		
	GESTIÓN DEL AGUA	Disminuir el consumo de Agua		Metros Cúbicos / Año
	GESTIÓN DE LA ENERGÍA	Disminuir el consumo de Energía		kWh / Año
	GESTIÓN DEL COMBUSTIBLE	Disminuir el Consumo de Combustible		Litro / Galones / Año
CAMBIO CLIMÁTICO	EMISIÓN DE GASES EFECTO INVERNADERO	Mitigación de Gases	Reducir el 20% de las emisiones	Mitigación / Año
			Apoyar campañas y compromisos sociales a través de las emisoras.	

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 ocho (8) regionales (sedes y transmisores), se determinan los alcances de medición.

ALCANCE	EMISIÓN	DESCRIPCIÓN
	Directos	<ul style="list-style-type: none">▶ Consumo de combustible en vehículos propios y plantas de emergencia (ACPM y gasolina).
	Indirectos Pro energía	<ul style="list-style-type: none">▶ Consumo de energía eléctrica proveniente de la red nacional interconectada.▶ Emisiones derivadas del consumo de papel blanco y papel ecológico.
	Otras Emisiones Directas	<ul style="list-style-type: none">▶ Emisiones generadas por la disposición de residuos sólidos: papel, papel periódico, cartón, plástico, vidrio, pilas, RAEE, residuos hospitalarios, peligrosos, especiales, orgánicos y ordinarios.▶ Emisiones asociadas a los viajes de funcionarios (aéreos y terrestres)

- ▶ Auditorías internas y externas.
- ▶ Se realizan periódicamente por los auditores internos y el ente certificador ICONEC.
- ▶ Sensibilización, información y formación.

RCN Radio sensibiliza, informa y forma a los trabajadores sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y los diferentes componentes del programa, a través de diversos medios, como:

- ▶ RCN Radio sensibiliza e informa a los trabajadores sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y los diferentes componentes del programa, mediante diversos medios, tales como: Entre Nos (boletín de RCN Radio), charlas, talleres, carteleras, correo electrónico, Portal Empresarial, inducción, COPASST, y vigías y líderes ambientales. De la misma manera, se motiva el uso del Buzón de Sugerencias como mecanismo de mejora continua, a través de sugerencias, reclamos, quejas e iniciativas.



Energía sostenible

GRI 401-1 , 401-2, 401-3, 403-5

Buenas prácticas

Reconversión tecnológica

- ▶ Durante los últimos años, en RCN Radio hemos implementado un programa de reconversión tecnológica con equipos más eficientes en el uso de la energía, incluyendo transmisores, aires acondicionados, bombillos ahorradores, y sensores de luz y agua.

Compras sostenibles

- ▶ En RCN Radio optamos por proveedores nacionales que garanticen productos amigables con el ambiente. Esto incluye la adquisición de materiales e implementos de oficina, equipos con etiqueta de eficiencia energética, compra y mantenimiento de vehículos, así como insumos para actividades de limpieza y mantenimiento.

Transporte y movilidad sostenible

- ▶ Una de las principales fuentes de emisiones de gases de efecto invernadero proviene del desplazamiento de nuestros colaboradores y funcionarios, tanto en la labor de cubrimiento de noticias como en actividades administrativas.
- ▶ El Plan Estratégico de Seguridad Vial permite:
 - ▶ Disminuir las emisiones de gases y realizar seguimiento al consumo de combustible de todos los vehículos de RCN Radio.
 - ▶ Contar con un software de ubicación y seguimiento de los vehículos móviles.
 - ▶ Elaborar planes de ruta para las móviles.
 - ▶ Realizar revisiones técnico-mecánicas periódicas.
 - ▶ Implementar un programa de mantenimiento preventivo para los vehículos.
 - ▶ Renovar la flota con vehículos de nueva tecnología y menor cilindraje, para un consumo más eficiente de combustible.
 - ▶ Promover, en el Día sin Carro y durante el Mes de la Salud y del Amor (septiembre), campañas que incentiven el uso de la bicicleta, la patineta y la caminata entre los colaboradores.

Gestión de energía

En 2024, las cifras de sostenibilidad fueron las siguientes:

Energía

El consumo de energía en RCN durante 2024 fue de 13.425.258 kWh/mes, lo que representa una reducción de 2.010.298 kWh/mes (equivalente a un 13,02 %) respecto a la cifra de 15.435.556 kWh/mes registrada en 2023. Esta ligera disminución se explica, en parte, por la entrega de 10 emisoras de AM al Ministerio de Comunicaciones a partir del mes de octubre.

Adicionalmente, en 2024 se evidenció una reducción en el consumo de energía comercial gracias al sistema de generación solar instalado en Manizales a finales de 2023, el cual ha resultado exitoso.

Energía solar de Manizales:

El proyecto de Manizales, puesto en servicio en 2023 y sometido a seguimiento de desempeño en 2024, fue un éxito. Basándose en esta experiencia, y en colaboración con EPM en Medellín, se logró la aprobación para iniciar la ejecución de cuatro nuevos proyectos en Medellín, Bucaramanga, Tunja y Pasto.

A continuación, se presenta el detalle de algunas cifras de desempeño del sistema obtenidas en el proyecto de Manizales:



Año 2024

Total VA/OS generados
\$ 74.257.430

Ahorros en dinero
\$ 32.994.510

131



10. Sistemas de Gestión

Sistema Starlink:

Desde 2023, se implementó un esquema de transmisión para eventos de ciclismo utilizando el proveedor internacional de internet vía satélite STARLINK. Esto permitió eliminar la mayoría de los puntos intermedios y reducir la necesidad de repetidores, logrando beneficios significativos.

En 2024, el sistema continúa en operación con el objetivo de mantener y optimizar estos beneficios, asegurando una transmisión más eficiente y confiable.

Como resultado de este cambio, se pueden cuantificar algunos de los beneficios obtenidos durante 2024:



132

Consumo

Carrera ciclista	Transmisión con antenas STARLINK con sistema nuevo - 2024			
	Vehículos Repetidores	Combustible Galones por Vehículo	Total Galones por Vehículo	Ahorro Combustible
Vuelta al Sur	-	-	-	611
Anapoima	1	472	472	0
Vuelta al Tolima	1	667	667	0
Vuelta a Colombia	2	2730	2730	1365
Vuelta al Valle	-	-	-	833
Vuelta Antioquia	1	833	833	0
Clásico RCN	3	1322	3668	0
			Total ahorro	2809

Según los datos de la tabla anterior, en 2024 se consumieron **8.668 galones de combustible** para el funcionamiento de siete vehículos repetidores, una reducción atribuida a la no realización de la **Vuelta al Valle** y la **Vuelta al Sur**. En comparación, en 2023 se utilizaron **11.477 galones** para operar 11 vehículos, lo que representa un ahorro de **2.809 galones** y la disminución de cuatro vehículos. Siendo esto posible a la implementación del sistema con antenas STARLINK.

En 2024, la inversión en combustible fue de \$15.606.000, lo que en comparación con los \$20.664.000 gastados en 2023, representa un ahorro de \$5.058.000. Este ahorro fue posible gracias a la implementación del sistema Starlink desde 2023, la reducción de 1 repetidor en la vuelta a Colombia y la no realización de la Vuelta al Sur y la Vuelta al Valle.

Consumo de aceites

Durante 2024 se realizaron 73 mantenimientos de plantas, con un consumo total de 256 galones de aceite lubricante y 14.895,63 galones de combustible, mientras que en 2023 se llevaron a cabo 55 mantenimientos. No obstante, no es posible realizar una comparación equitativa con el año anterior, ya que en octubre de 2024 se entregaron 10 emisoras de AM al Ministerio de Comunicaciones.

Asimismo, se cumplió con la ejecución de los mantenimientos según el plan establecido, cada 24 meses o 250 horas de funcionamiento por planta.

Disposición final de baterías

En 2024 se llevó a cabo la disposición adecuada de 8 baterías automotrices y 482 baterías tipo scrap utilizadas en nuestras UPS. Según la recomendación del proveedor, estas baterías habían alcanzado el final de su vida útil, sumando un total de 490 unidades. Se recibió el certificado correspondiente que avala la disposición final

Gestión del agua

Consumo de agua en la sede Bogotá
Durante el año 2024, el consumo de agua fue de **3.960 m³**

Distribución y participación de residuos - sede Bogotá

Instalación de puntos de recolección de aguas lluvias

Se instalaron 6 puntos para la recolección de aguas lluvias. El agua recolectada se destina exclusivamente a labores de servicios generales, mantenimiento y jardinería.

Inversión: \$ 490.300

Campaña de concientización sobre el uso de recursos

Se desarrolló una campaña de concientización mediante piezas gráficas para promover el uso adecuado y responsable del agua y la energía eléctrica.

Inversión: \$ 500.000

Reemplazo de baños automáticos

Se reemplazaron los baños automáticos dañados por modelos tradicionales de cisterna y bajo consumo, contribuyendo a la eficiencia en el uso del agua.

Inversión: \$ 444.750

Cambio gradual de bombillos halógenos por lámparas LED

Se inició el reemplazo de 1.045 bombillos halógenos por lámparas LED. A diciembre de 2024, se han reemplazado 475 unidades, lo que representa aproximadamente el 45 % del total.

Inversión: \$ 5.700.000

Sustitución de sensores de luz en oficinas

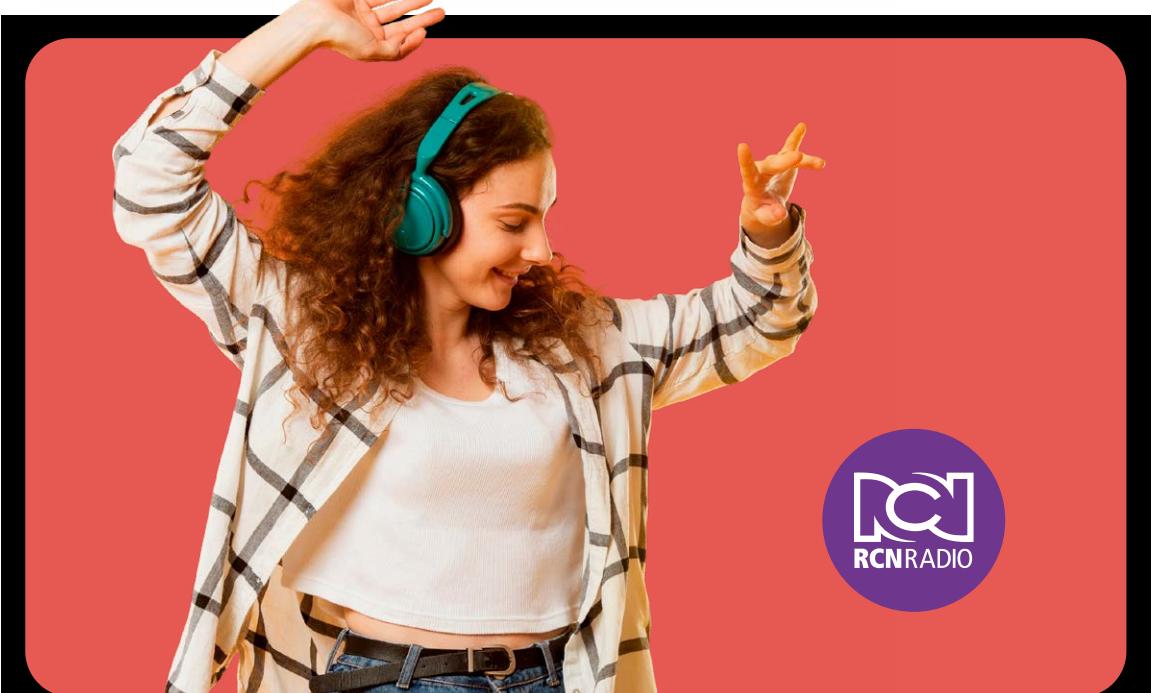
Se sustituyeron los sensores de luz en oficinas con suficiente iluminación natural por interruptores convencionales, optimizando el consumo energético.

Inversión: \$ 800.000

Calibración de sensores en baños

Se realizó la calibración de los sensores en los baños con el fin de optimizar su funcionamiento.

Inversión: \$ 0



134

Transportes

- ▶ En cuanto al **combustible para operación de la flota de los vehículos** hubo una disminución en el consumo en comparación al año anterior; en gasolina se redujo en 0.87 % y en Diesel 0.40%, representados en galones.
- ▶ **Cifras de consumo año 2023:** 19.550 galones de gasolina y 7.388 galones de Diesel.
- ▶ **Cifras de consumo año 2024:** 19.381 galones de gasolina y 7.358 galones de diesel.
- ▶ RCN Radio está comprometida con la **renovación de la flota de vehículos**, priorizando tecnologías eficientes y una gestión óptima del combustible. Actualmente, el **54 % de los vehículos** no supera los 10 años de antigüedad.
- ▶ En la selección y/o compra de vehículos se considera fundamental la **gestión del combustible**, buscando minimizar el consumo energético y las emisiones. Para ello se tienen en cuenta las especificaciones técnicas de los vehículos, menor cilindraje, tipo de combustible, entre otros factores

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

- ▶ **Conductores:** En la selección de nuevos conductores se busca personal con experiencia. Una vez ingresan a la empresa, reciben **capacitaciones sobre ahorro de combustible** y buenas prácticas de conducción.
- ▶ **Vehículos:** Todos los vehículos (camiones, móviles y motocicletas) cumplen con sus **mantenimientos preventivos y correctivos**, lo que permite controlar y evitar aumentos en el consumo de combustible y, por ende, garantizar la disminución de **emisiones contaminantes**.

SGSI – Sistema de Gestión de Seguridad de la Información

En RCN Radio estamos firmemente comprometidos con la protección de la información y la seguridad de nuestros servicios. Un logro destacado de nuestro sistema de seguridad es la implementación y certificación por ICONTEC bajo la norma ISO 27001, lo que demuestra nuestro compromiso de aplicar las mejores prácticas para reducir riesgos y garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, fortaleciendo así la confianza de nuestra audiencia y colaboradores.

Continuamos trabajando con entusiasmo para mantener los más altos estándares en seguridad y calidad.



En un mundo cada vez más digitalizado, la seguridad de la información se ha convertido en un pilar fundamental para la sostenibilidad y resiliencia de las organizaciones. RCN Radio, como empresa líder en el sector de la comunicación, reconoce la creciente amenaza que representan los ciberataques, la desinformación y el acceso no autorizado a la información, factores que pueden comprometer no solo la integridad de sus operaciones, sino también la confianza de su audiencia y aliados estratégicos.

Durante el año 2024, se ha evidenciado un incremento alarmante en los ciberataques dirigidos a empresas de medios y comunicación, incluyendo ataques de ransomware, filtraciones de datos y desinformación automatizada. La evolución de estas amenazas ha puesto de manifiesto la necesidad de implementar y fortalecer marcos de gestión de seguridad de la información, garantizando la continuidad del negocio y la protección de los activos digitales.

En este contexto, RCN Radio ha adoptado estándares internacionales como ISO/IEC 27001:2022, la norma de referencia en la gestión de seguridad de la información. Esta certificación no solo nos permite establecer controles eficaces para la protección de nuestros datos y sistemas, sino que también nos ayuda a cumplir con las regulaciones y exigencias legales aplicables, alineándonos con las mejores prácticas del sector.

La implementación de un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) nos permite mitigar riesgos, mejorar nuestra capacidad de respuesta ante incidentes y reforzar la confianza de nuestros stakeholders.

Gestión de vulnerabilidades y fortalecimiento de la seguridad en el proceso digital de producción

En colaboración con el área digital, se llevó a cabo un trabajo exhaustivo para fortalecer la seguridad de las aplicaciones y de la infraestructura asociada al proceso de producción digital, destacándose los siguientes logros:



Aplicación LA FM:

- ▶ Completado el modelado de amenazas, identificando riesgos críticos y estableciendo estrategias de mitigación efectivas.
- ▶ Realizado el análisis de código dinámico y estático, logrando un avance del 75 % en la etapa de hardening.
- ▶ Implementado un cambio estructural al ciclo de desarrollo de software seguro (SDLC), alineado con mejores prácticas de seguridad.
- ▶ Realizado análisis de vulnerabilidades tanto en la aplicación web como en la infraestructura de AWS que la soporta.

Validación de Seguridad del Módulo Copa América:

- ▶ Se realizaron pruebas de seguridad específicas para garantizar la integridad y disponibilidad del módulo relacionado con este evento, mitigando riesgos potenciales asociados a altas cargas de tráfico y ataques dirigidos.

Otros avances:

- ▶ Uso de herramientas avanzadas como OpenVAS, Nessus, y BurpSuite para detectar y cerrar vulnerabilidades críticas.
- ▶ Coordinación con el equipo de infraestructura DevOps - Digital para implementar medidas de hardening en servidores y aplicaciones.

Comportamiento general y análisis por ciudades

Febrero y diciembre sobresalieron como meses de alta actividad maliciosa, con 9 y 6 incidentes respectivamente. La infraestructura tecnológica, liderada por Microsoft Defender, detectó el 84% de los casos (31 detecciones), demostrando un nivel avanzado de detección y contención temprana.

El presente año 2025, la organización se enfocará en reforzar las estrategias de seguridad en ciudades clave, como Bogotá, que han presentado tasas elevadas de incidentes. Este reforzamiento incluirá

la implementación de planes de capacitación y concientización dirigidos a usuarios y equipos locales, con el objetivo de reducir riesgos mediante la promoción de mejores prácticas y el fortalecimiento de una cultura de seguridad.

Durante el período analizado, las principales amenazas identificadas fueron malware, troyanos y exploits. En total, se detectaron 27 casos de malware, lo que resalta la eficacia de las herramientas implementadas para la detección temprana de estas amenazas.

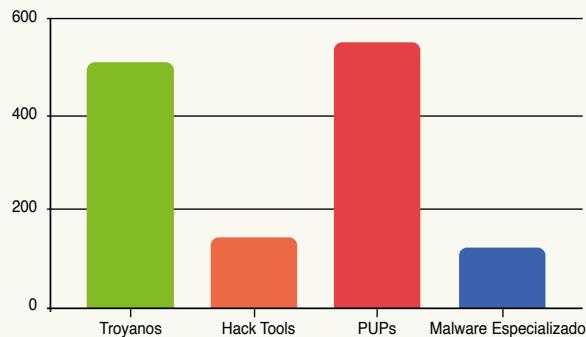
Detección de Malware

Durante el año, el proceso de Seguridad de la Información identificó y gestionó varios tipos de malware en los equipos finales. Los incidentes se clasificaron según su severidad y tipo, y se gestionaron de manera oportuna para minimizar riesgos. A continuación, se presentan las estadísticas generales:

La detección y gestión de malware fue una de las actividades clave realizadas por el equipo de Seguridad de la Información durante 2024, utilizando principalmente Microsoft Defender 365. A lo largo del año, se detectaron múltiples tipos de malware en los dispositivos de los usuarios, clasificados por severidad y tipo. Estas

amenazas fueron abordadas de manera oportuna, minimizando riesgos y garantizando la seguridad de los sistemas corporativos.

La gráfica presentada ilustra los principales tipos de malware detectados y gestionados durante 2024 por el equipo de Seguridad de la Información utilizando Microsoft Defender 365. Este año se enfrentaron amenazas críticas que abarcaron desde troyanos avanzados hasta software potencialmente no deseado.



Sistema de Gestión de Seguridad de la Información

El presente informe detalla los avances, logros y desafíos en la implementación y fortalecimiento del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) de RCN Radio durante 2024, con un enfoque en la transición hacia la norma ISO/IEC 27001:2022 y en el fortalecimiento de la seguridad en toda la organización.

Gestión de Vulnerabilidades

Durante el año se llevaron a cabo auditorías internas, pruebas de *penetration* y análisis de vulnerabilidades en 39 servidores y activos críticos. Estos esfuerzos permitieron lograr una reducción del 91 % en las vulnerabilidades críticas y del 77,6 % en el total de vulnerabilidades.

Capacitación y Concienciación

Un aspecto destacado fue el fortalecimiento de la cultura de seguridad mediante ejercicios de concienciación, como simulaciones de *phishing*, que permitieron identificar brechas en el conocimiento de los usuarios.

Gestión de Riesgos y Controles

Se realizaron evaluaciones detalladas de riesgos en colaboración con las áreas técnica, digital, informática y de producción, identificando amenazas emergentes. Asimismo, se establecieron planes de tratamiento de riesgos para cada proceso, basados en los controles actualizados de la norma ISO/IEC 27001:2022.

Actualización de Documentación

- ▶ Se actualizaron todas las matrices de riesgos de seguridad de la información.
- ▶ Se actualizó la declaración de aplicabilidad de la organización.
- ▶ Se actualizaron todas las políticas de seguridad de la información.

Proveedores

GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2



En RCN Radio valoramos profundamente la relación con nuestros proveedores y estamos comprometidos con la sostenibilidad y la responsabilidad social en todas nuestras operaciones. **Casi el 90 % de nuestros proveedores son nacionales**, lo que refuerza nuestro apoyo a la industria local y contribuye al desarrollo económico de las comunidades donde operamos.

Dado que nuestro negocio se centra en la **radio-difusión sonora**, nuestros principales proveedores son las **empresas de energía** en cada ciudad, las cuales también cumplen con nuestros altos estándares de sostenibilidad.

Nos esforzamos por realizar **compras responsables**, priorizando a aquellos proveedores que ofrecen materiales reciclables y respetuosos con el medio ambiente. Además, contamos con una **política interna de proveedores** que establece claramente nuestros compromisos en áreas clave como la calidad, la seguridad y salud en el trabajo, el medioambiente, los derechos humanos, la prevención del trabajo infantil y la seguridad de la información.

Este compromiso se verifica anualmente mediante **evaluaciones y reevaluaciones de proveedores**, así como a través de **auditorías internas y externas** en nuestros sistemas de gestión. A través de estos procesos, buscamos identificar oportunidades de mejora y fortalecer nuestras relaciones comerciales.

En 2024, incrementamos el número de proveedores, incluyendo una mayor participación de **pequeños proveedores**, siempre garantizando que no existan impactos negativos en la cadena de suministro ni en temas ambientales, de derechos humanos o trabajo infantil.

En **RCN Radio** seguimos trabajando con responsabilidad y compromiso para promover una cadena de **suministro sostenible**, alineada con los estándares internacionales y con nuestro propósito de contribuir positivamente a la sociedad y al medioambiente.

Satisfacción del Cliente - Audiencia

GRI 2-16

En RCN Radio nos esforzamos por ofrecer un servicio de calidad y respetuoso con nuestra audiencia. Contamos con directrices claras para el contenido publicitario que emitimos en nuestras plataformas, las cuales establecen qué tipo de publicidad es aceptable y cuál no. Estas normas internas nos ayudan a evitar contenidos engañosos, ofensivos, discriminatorios o que puedan promover comportamientos perjudiciales para la sociedad colombiana.

Antes de que cualquier contenido publicitario salga al aire, realizamos una revisión rigurosa y una aprobación previa para asegurarnos de que cumpla con nuestras directrices y no contenga mensajes dañinos o inapropiados. Además, nuestra área jurídica se encarga de vigilar y actualizar

continuamente el cumplimiento de la regulación colombiana, incluyendo restricciones específicas para productos como alcohol, tabaco o juegos de azar, garantizando que todo esté en línea con las leyes y normativas vigentes.

En cuanto a nuestros contenidos, promovemos valores fundamentales como la transparencia, el respeto, la pluralidad, la independencia editorial, la relevancia, la calidad y la responsabilidad social. Para el entretenimiento, fomentamos la participación, la diversidad, el talento, la protección de la audiencia, la credibilidad y la privacidad. Estos principios son parte de nuestro compromiso con ofrecer contenidos responsables y de calidad, siempre pensando en el bienestar y la confianza de nuestra audiencia.

Anticorrupción

GRI 205-1, 205-2, 205-3

En RCN Radio nos tomamos muy en serio la ética y la integridad como parte fundamental de nuestro sistema de gestión de la calidad. Contamos con un **programa de ética empresarial** que incluye sistemas de prevención del riesgo, como el **SAGRILAFT** (Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva) y el **PTEE** (Programa de Transparencia y Ética Empresarial para prevenir riesgos de corrupción y soborno transnacional).

En 2024, realizamos una valoración inicial de riesgos que arrojó resultados en niveles óptimos, gracias a un análisis previo que nos permite identificar, evaluar y mitigar de manera efectiva los riesgos inherentes a nuestra operación. Además, contamos con una **matriz de riesgos** que nos ayuda a individualizar y controlar los riesgos relacionados con el lavado de activos, el financiamiento del terrorismo, la corrupción y otros delitos, identificando en total **19 riesgos** en diferentes categorías.

Como parte de nuestro compromiso con la transparencia, realizamos un **monitoreo transaccional masivo en listas restrictivas**, revisando a nuestros empleados, clientes y proveedores en relación con posibles vínculos con actividades ilícitas, sanciones o delitos. A finales de 2023, los resultados indicaron un riesgo bajo, sin hallazgos de casos de corrupción o actividades ilícitas.

Este programa de cumplimiento está bajo la responsabilidad de un **oficial externo especializado**, lo que garantiza que mantenemos los más altos estándares de integridad y transparencia en todas nuestras operaciones.

Satisfacción del cliente - Anunciantes

GRI 2-16

Anualmente, RCN Radio lleva a cabo un seguimiento exhaustivo de la satisfacción de sus clientes anunciantes mediante encuestas telefónicas. Estas encuestas nos brindan información valiosa sobre la probabilidad de que los encuestados recomienden nuestra marca, producto o empresa a otras personas.

Con base en esta información, clasificamos a los participantes en dos categorías: detractores y promotores, utilizando la metodología del Efecto Promotor Neto (EPN).

El Net Promoter Score (NPS) o Efecto Promotor Neto es una herramienta fundamental para medir la lealtad y satisfacción de nuestros clientes. Para calcular el NPS, se resta el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

140

Efecto PromotorNeto - Fidelización

En el contexto del Efecto Promotor Neto (EPN), consideramos a los promotores como activos valiosos que desempeñan un papel crucial en el crecimiento de nuestra empresa, gracias a su disposición a realizar compras repetidas y a recomendar nuestros servicios.

Para determinar el indicador del Promotor Neto, formulamos la siguiente pregunta:

¿Recomendaría a RCN Radio o a 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
PROMOTOR											
	PASIVO										
	DETRACTOR										

Fuente: Peter Wilton – Seminarium: Gestión Estratégica de Fidelización de Clientes.

FICHA TÉCNICA

Metodología:

Encuesta Telefónica CATI

Fecha: Nov 24 - Ene 2025

Empresa: SATELCO

Tamaño de Muestra:

153 Clientes.

Tamaño de Muestra distribuida en: Regional Bogotá, Ibagué, Costa, Medellín, Santander y Occidente.

La información del contenido en esta tabla permite la interpretación del resultado efecto promotor neto de RCN Radio.

FIDELIZACIÓN PROMOTOR NETO

En el marco del Promotor Neto, se consideran a los promotores como activos valiosos que impulsan el crecimiento positivo debido a su repetición de compras y lealtad a largo plazo, mientras que los detractores son vistos como responsables de reducir el crecimiento debido a sus quejas, disminución en las compras y efectos negativos de boca a boca.

Efecto Promotor Neto (EPN) = Promotores – Detractores

Resultados - Efecto Promotor Neto -EPN- RCN Radio – 2024 fue de 76%

- ▶ El NPS / EPN de 76% es alto y sugiere una notable lealtad y satisfacción de nuestros clientes. Indica que los clientes valoran nuestro servicio y tienen una alta probabilidad de recomendarnos a otros.
- ▶ Este nivel de resultado es un indicador de un fuerte rendimiento operacional y evidencia que RCN Radio mantiene una excelente relación con sus clientes.

EFFECTO PROMOTOR NETO - RCN RADIO 2024

Fuente: Encuesta Satisfacción 2024

Variable total clientes
(153)

Variable 12%

Promotores 88%

EPN 76%



141

Línea Ética RCN Radio

En cumplimiento de la Ley de Protección de Datos Personales,
consulte nuestra política en:

<https://www.rcnradio.com/legal/politica-de-proteccion-de-datos-personales>

Ley 1581 de 2012: Reconoce y protege los derechos de las personas a conocer, actualizar y rectificar su información recopilada en bases de datos o archivos. Durante el año 2024, no se presentó ninguna reclamación relacionada con esta ley.

Cumplimiento - Ley de Protección de Datos

GRI 418-1

En la línea lineaetica@rcnradio.com.co, cuyo objetivo es recibir quejas, reclamos, denuncias o consultas de las partes interesadas sobre posibles incumplimientos éticos o actuaciones empresariales en el servicio prestado por RCN Radio, no se presentó ningún reporte durante el año 2024.



11. Indicadores GRI

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Pág.
CONTENIDOS GENERALES	2-1.	Detalles organizacionales.	Perfil de RCN Radio.	Presencia de RCN Radio.	6, 7, 11, 42
	2-2.	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad.	Perfil de RCN Radio.	Presencia de RCN Radio.	6
	2-3.	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto.	Introducción.	Acerca de nuestro informe de sostenibilidad.	26
	2-4.	Actualización de la información.	ND	ND	
	2-5.	Verificación externa.	ND	ND	
	2-6.	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales.	Perfil RCN Radio	Presencia de RCN Colombia.	11, 14
			Gobierno corporativo.	Mapa de procesos.	11, 37
			Estrategia corporativa.	Crecimiento rentable.	19, 20 42
	2-7.	Empleados.	Talento humano.	Características del talento humano.	124
	2-8.	Trabajadores que no son empleados.	Talento humano.	Características del talento humano.	108
	2-9.	Estructura de gobernanza y composición.	Gobierno corporativo.	Nuestros órganos de gobierno.	36
	2-10.	Designación y selección del máximo órgano de gobierno.	Gobierno corporativo.	Nuestros órganos de gobierno.	36
	2-11.	Presidente del máximo órgano de gobierno.	Introducción.	Optimismo y sostenibilidad.	35, 37, 38
	2-12.	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos.	Gobierno corporativo.	Nuestros órganos de gobierno.	36
	2-13.	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos.	Acerca de nuestro informe.	Ética empresarial/nuestros compromisos.	19, 20, 28
	2-14.	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad.	Acerca de nuestro informe.	Ética empresarial/nuestros compromisos.	19, 20, 22, 27, 28
	2-15.	Conflictos de interés.	ND	ND	
	2-16.	Comunicación de inquietudes críticas.	Medioambiente y sistema de gestión.	Percepción del servicio quejas y reclamos.	139, 140
	2-17.	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno.	ND	ND	

11. Indicadores GRI

144

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Pág.
CONTENIDOS GENERALES	2-18.	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno.	No se realizó para el periodo de este informe.	ND	
	2-19.	Políticas de remuneración.	ND	ND	
	2-20.	Proceso para determinar la remuneración.	ND	ND	
	2-21.	Ratio de compensación total anual.	ND	ND	
	2-22.	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible.	Estrategia corporativa.	Despliegue y alineación.	20, 22
			Acerca de nuestro informe.	Nuestro modelo de sostenibilidad.	20, 30
	2-23.	Compromisos y políticas.	Estrategia corporativa.	Despliegue y alineación.	20, 22
			Acerca de nuestro informe.	Nuestros compromisos.	21, 22
	2-24.	Incorporación de los compromisos y políticas.	Estrategia corporativa.	Despliegue y alineación.	20, 22
			Acerca de nuestro informe.	Nuestros compromisos.	21, 22, 27
	2-25.	Procesos para remediar los impactos negativos.	Acerca de nuestro informe.	Ética empresarial	28
			Medioambiente y sistema de gestión.	Percepción del servicio quejas y reclamos.	28, 125
	2-26 .	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes.	Acerca de nuestro informe.	Ética empresarial.	28
			Medioambiente y sistema de gestión.	Percepción del servicio quejas y reclamos.	125
	2-27.	Cumplimiento de la legislación y las normativas.	Medioambiente	Percepción de quejas y reclamos	125
	2-28.	Afiliación a asociaciones.	Acerca de nuestro informe.	RCN Radio los objetivos de desarrollo sostenible.	125
	2-29.	Enfoque para la participación de los grupos de interés.	Acerca de nuestro informe.	Nuestros compromisos.	21, 22
	2-30.	Convenios de negociación colectiva.	Talento humano.	Beneficios económicos.	107, 109
	3-1.	Proceso de determinación de los temas materiales.	Introducción.	Materialidad RCN Radio.	26
	3-2.	Lista de temas materiales.			
	3-3.	Gestión de los temas materiales			

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Pág.
ESTÁNDARES ECONÓMICOS	GRI 201: Desempeño económico.	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	Crecimiento rentable.	Crecimiento rentable.	40
		201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.	ND	ND	
		201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.	ND	ND	
		201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno.	ND	ND	
GRI 202: Presencia en el mercado.	GRI 202: Presencia en el mercado.	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local.	Talento humano.	Remuneración y reconocimiento.	108
		202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.	Talento humano.	Categoría profesional.	108
GRI 203: Impactos económicos indirectos.	GRI 203: Impactos económicos indirectos.	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	ND	ND	
		203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	ND	ND	
GRI 204: Prácticas de adquisición.		204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	ND	ND	
GRI 205: Anticorrupción.	GRI 205: Anticorrupción.	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	Medioambiente y sistema de gestión.	Anticorrupción.	125, 128
		205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	Medioambiente y sistema de gestión.	Anticorrupción.	125
		205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	Medioambiente y sistema de gestión.	Anticorrupción.	125
GRI 206: Competencia desleal.		206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	ND	ND	
GRI 207: Fiscalidad.	GRI 207: Fiscalidad.	207-1 Enfoque fiscal.	ND	ND	
		207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos.	ND	ND	
		207-3 Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal.	ND	ND	
		207-4 Presentación de informes país por país.	ND	ND	

11. Indicadores GRI

146

ESTÁNDARES AMBIENTALES

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Pág.
ESTÁNDARES AMBIENTALES	GRI 301: Materiales.	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen.	ND	ND	
		301-2 Insumos reciclados.	ND	ND	
		301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	ND	ND	
	GRI 302: Energía.	302-1 Consumo energético dentro de la Organización.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de energía.	127
		302-2 Consumo energético fuera de la Organización.	ND	ND	
		302-3 Intensidad energética.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de energía.	127
		302-4 Reducción del consumo energético.	Medioambiente y sistema de gestión.	Proyectos de energía sostenible.	127
		302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	ND	ND	
	GRI 303: Agua.	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido.	ND	ND	
		303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua.	ND	ND	
		303-3 Extracción de agua.	ND	ND	
		303-4 Vertidos de agua.	ND	ND	
		303-5 Consumo de agua.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión del agua.	127
	GRI 304: Biodiversidad.	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.	ND	ND	
		304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	ND	ND	
		304-3 Hábitats protegidos o restaurados.	Contenidos relevantes.	Restauración ambiental del Canal del Dique.	127
		304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	ND	ND	

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Pág.
ESTÁNDARES AMBIENTALES	GRI 305: Emisiones.	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1).	Medioambiente y sistema de gestión.	Huella de carbono.	122
		305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	Medioambiente y sistema de gestión.	Huella de carbono.	122
		305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	Medioambiente y sistema de gestión.	Huella de carbono.	122
		305-4 Intensidad de las emisiones de GEI.	ND	ND	
		305-5 Reducción de las emisiones de GEI.	Medioambiente y sistema de gestión.	Proyectos de energía sostenible.	122
		305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO).	ND	ND	
		305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire.	ND	ND	
	GRI 306: Residuos.	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de los residuos.	122
		306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de los residuos.	122
		306-3 Residuos generados.	Medioambiente y sistema de gestión.	Gestión de los residuos.	132, 133, 134
		306-4 Residuos no destinados a eliminación.	ND	ND	
		306-5 Residuos destinados a eliminación.	ND	ND	
	GRI 307: Cumplimiento ambiental.	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	ND	ND	
	GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores.	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.	Medioambiente y sistema de gestión.	Proveedores.	138
		308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	Medioambiente y sistema de gestión.	Proveedores.	138

11. Indicadores GRI

148

ESTÁNDARES SOCIALES

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Pág.
GRI 401: Empleo.	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	Talento humano.	Características generales de talento humano.	109, 113, 130	
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.	Talento humano.	Beneficios económicos para el trabajador.	100, 107, 110, 117, 130	
	401-3 Permiso parental.	ND	Damos cumplimiento a la ley	113, 130	
GRI 402: Relación trabajador-Empresa.	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.	ND	ND	109	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018.	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	SGSST	SGSST	112, 130	
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	112, 130	
	403-3 Servicios de salud en el trabajo.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	122, 128, 140	
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	112, 118, 130	
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	118, 119, 120, 121, 130	
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	Medioambiente y sistema de gestión	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	118, 119, 120, 121, 130	
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Medioambiente y sistema de gestión	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	118, 129, 120, 121, 130	
	403-9 Lesiones por accidente laboral	Medioambiente y sistema de gestión	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.	118, 119, 120, 121, 130	
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	Medioambiente y sistema de gestión	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	118, 119, 120, 121, 130	

Dimensión	Estándar	Contenido	Capítulo	Título	Pág.
ESTÁNDARES SOCIALES	GRI 404: Formación y enseñan- za.	404-1 Media de horas de formación al año por empleado.	Talento humano.	Formación, desarrollo y valoración de competencia.	
		404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	Talento humano.	Formación, desarrollo y valoración de competencia.	113
		404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	Talento humano.	Formación, desarrollo y valoración de competencia.	113
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportu- nidades.	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportu- nidades.	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Talento humano.	Características generales de talento humano.	104
		405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	Talento humano.	Remuneración y reconocimiento.	104
GRI 406: No discri- minación.		406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	ND	ND	
GRI 407: Libertad de asociación y nego- ciación colectiva.		407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	ND	ND	
GRI 408: Trabajo infantil.		408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	ND	ND	
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio.		409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	ND	ND	
GRI 410: Prácticas en materia de seguri- dad.		410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.	Talento humano.	Formación, desarrollo y valoración de competencia.	103, 104, 105, 106, 107

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación sin permiso escrito de RCN Radio.

Fotos: RCN Radio, Freepik



Sede Principal: Calle 37 No. 13A-19 Bogotá, Colombia
PBX: (601) 3147070